

**UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID**  
**FACULTAD DE GEOGRAFÍA E HISTORIA**  
**Departamento de Geografía Humana**



**CAMBIOS EN LA VOCACIÓN DEL TERRITORIO :  
ESTUDIO DE TRES ENCLAVES PORTEÑOS : AVENIDA DE  
MAYO, LA BOCA Y BARRIO CHINO**

**MEMORIA PARA OPTAR AL GRADO DE DOCTOR  
PRESENTADA POR**

**María del Carmen González Viaña**

**Bajo la dirección de la doctora**

**Beatriz Jiménez Blasco**

**Madrid, 2014**

**UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID**

**Facultad de Geografía e Historia**

*Departamento de Geografía Humana*



## **Tesis Doctoral**

**Cambios en la vocación del territorio.**

**Estudio de tres enclaves porteños:**

**Avenida de Mayo, La Boca y Barrio Chino.**

Por:

**María del Carmen González Viaña**

**Directora:**

***Dra. Beatriz Jiménez Blasco***

Madrid, 2013



**UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID**

**Facultad de Geografía e Historia**

**Tesis Doctoral**

**Cambios en la vocación del territorio.**

**Estudio de tres enclaves porteños:**

**Avenida de Mayo, La Boca y Barrio Chino.**

Por:

María del Carmen González Viaña

**Directora:**

***Dra. Beatriz Jiménez Blasco***

Madrid, 2013





***A mí se me hace cuento que empezó Buenos Aires:***

***La juzgo tan eterna como el agua y el aire***

***Jorge Luis Borges***

***Fundación Mítica de Buenos Aires<sup>1</sup>***

---

<sup>1</sup> **Borges, Jorge Luis:** *Obra poética*. Buenos Aires, Emece editores, 2005. Pp.87-88.



# Indice

<b><u>INTRODUCCIÓN</u></b>	<b>13</b>
<b>CAPÍTULO 1: TEMA, OBJETIVOS, Y ESTRATEGIA DE LA INVESTIGACIÓN</b>	<b>15</b>
1.1 FUNDAMENTOS DE LA ELECCIÓN DEL TEMA DE TESIS	20
1.2 OBJETIVOS	21
1.3 METODOLOGÍA Y FUENTES	23
1.3.1 Variables e indicadores aplicados a la dimensión “Territorio”	28
1.3.2 Variables e indicadores aplicados a la dimensión “Consumo”	31
1.3.3 Variables e indicadores aplicados a la dimensión “Sociedad”	32
1.4 ORGANIZACIÓN Y ESTRUCTURA DE LA TESIS	34
<b><u>PARTE I: MARCO TEÓRICO. CIUDAD, TURISMO Y ESPACIOS DE INMIGRACIÓN</u></b>	<b>39</b>
<b><u>INTRODUCCIÓN</u></b>	<b>43</b>
<b><u>CAPÍTULO 2: LAS CARACTERÍSTICAS ACTUALES DE LAS GRANDES CIUDADES</u></b>	<b>47</b>
2.1 LA GLOBALIZACIÓN	50
2.1.1 La aparición de la ciudad postmoderna	59
2.1.2 Características de la ciudad postmoderna	65
<b><u>CAPÍTULO 3: LA CIUDAD Y EL TURISMO</u></b>	<b>87</b>
3.1 LOS CAMBIOS, Y LOS FACTORES DE CAMBIO	90
3.1.1 Cambios sociales y económicos: mejoras en los niveles de vida y en la disponibilidad de tiempo libre	91
3.1.2 Cambios en las tecnologías, las comunicaciones y el transporte: el mundo más cerca	93
3.1.3 Cambio cultural: nueva valoración del consumo y el ocio	94
3.1.4 Cambios en el rol del Estado	97
3.2 LA CIUDAD COMO ESCENARIO DEL TURISMO Y EL CONSUMO	100
3.2.1 El consumo y el turismo	102
3.2.2 Los espacios del turismo en la ciudad	105
3.3 LA IMAGEN DE LA CIUDAD Y EL TURISMO	119
3.4 LOS RESULTADOS: LAS GRANDES CIUDADES COMO DESTINO TURÍSTICO	125

<b>PARTE II: BUENOS AIRES DESTINO DE INMIGRANTES Y DE TURISTAS</b>	<b>133</b>
<b>CAPÍTULO 4: BUENOS AIRES, DESTINO DE INMIGRANTES</b>	<b>137</b>
4.1 INTRODUCCIÓN: EL FENÓMENO INMIGRATORIO	139
4.1.1 Organización de los contenidos de este capítulo	142
4.2 LA ETAPA DE LAS INMIGRACIONES TEMPRANAS: BUENOS AIRES, CIUDAD CRIOLLA	142
4.2.1 Evolución demográfica	145
4.2.2 Economía	147
4.2.3 Sociedad	148
4.2.4 La Ciudad Criolla	149
4.3 LA ETAPA DE LA INMIGRACIÓN MASIVA: BUENOS AIRES, CIUDAD EUROPEA	152
4.3.1 Los cambios en las ideas y en su expresión institucional	153
4.3.2 Los cambios en el contexto económico doméstico	156
4.3.3 Los cambios en el contexto internacional ¿por qué se emigraba?	159
4.3.4 Las estrategias para fomentar la emigración	162
4.3.5 Los efectos de la inmigración masiva	165
4.3.6 Cambios en la ciudad: de la ciudad criolla a la metrópolis de los inmigrantes	177
4.4 LA ETAPA DE LAS INMIGRACIONES CONTEMPORÁNEAS: BUENOS AIRES, CIUDAD POSTMODERNA	186
4.4.1 La inmigración china	188
<b>CAPÍTULO 5: BUENOS AIRES, DESTINO DE TURISTAS</b>	<b>201</b>
5.1 LA OFERTA TURÍSTICA DE BUENOS AIRES	203
5.1.1 Oferta primaria: lo que motiva el viaje	203
5.1.2 Oferta secundaria lo que hace posible el viaje	240
5.2 EL ESPACIO DEL TURISMO EN BUENOS AIRES	263
5.2.1 Barrio de Montserrat	265
5.2.2 Barrio de Recoleta	269
5.2.3 Barrio de Retiro	274
5.2.4. Barrio de San Telmo	278
5.2.5 Barrio de San Nicolás	284
5.2.6 Barrio de Palermo	290
5.2.7 Barrio Puerto Madero	298
5.2.8 Barrio de La Boca	302
5.2.9 Barrio de Balvanera	306

5.3 LA DEMANDA TURÍSTICA DE BUENOS AIRES	309
5.3.1 La demanda externa	309
5.3.2 La demanda interna	318
5.3.3 Otros estudios de la demanda externa e interna	327
<b><i>PARTE III: ESTUDIO DE CASOS</i></b>	<b>339</b>
<b><i>CAPÍTULO 6: PRINCIPALES RESULTADOS DEL ESTUDIO DE CASOS</i></b>	<b>341</b>
6.1 PRESENTACIÓN	343
6.2 SECCIÓN 1: DIMENSIÓN TERRITORIO	345
6.2.1 Avenida de Mayo	345
6.2.2 Barrio de La Boca	373
6.2.3 Barrio Chino	403
6.3 SECCIÓN 2: DIMENSIÓN CONSUMO	424
6.3.1 Introducción	424
6.3.2 Avenida de Mayo	425
6.3.3 Barrio de La Boca	450
6.3.4 Barrio Chino	478
6.4 SECCIÓN 3: DIMENSIÓN SOCIEDAD	497
6.4.1 Avenida de Mayo de Mayo	497
6.4.2 Barrio de La Boca	508
6.4.3 Barrio Chino	518
6.5 ESTUDIO COMPARATIVO DE LOS TRES SECTORES URBANOS ESTUDIADOS	524
6.6 CONCLUSIONES DEL TRABAJO DE CAMPO	533
<b><i>PARTE IV: CONCLUSIONES DE LA TESIS</i></b>	<b>535</b>
<b><i>CAPÍTULO 7: CONCLUSIONES GENERALES</i></b>	<b>537</b>
7.1 REVISIÓN DE LOS OBJETIVOS DE LA TESIS	539
7.1.1 Objetivo 1: realizar un estudio de las relaciones actuales entre el espacio y el turismo en la Ciudad de Buenos Aires.	539
7.1.2 Otros objetivos	539
7.2 CONCLUSIONES DE LA TESIS	542
<b><i>BIBLIOGRAFÍA</i></b>	<b>579</b>
<b><i>ANEXO</i></b>	<b>595</b>



## AGRADECIMIENTOS

La finalización de la carrera de doctorado, y la presentación de la tesis doctoral, es resultado del trabajo colaborativo con una cantidad de personas e instituciones, a las que deseo reconocer y agradecer en esta oportunidad.

En primer y principal lugar, a quien fue mi Directora, la Doctora Beatriz Cristina Jiménez Blasco, que siempre estuvo dispuesta a guiarme y ayudarme con solvencia y paciencia.

Esta tesis estuvo también, dirigida, en su oportunidad, por la Doctora Emilia García Escalona.

La Doctora Aurora García Ballesteros ha tenido siempre una atención distinguida hacia mi persona, y hacia el trabajo emprendido.

Encontré en el Departamento de Geografía Humana de la Universidad Complutense de Madrid, un equipo excepcional de profesionales, de elevada valía intelectual y ética, que me brindó confianza y afecto, y en que me sentí cómoda y siempre bienvenida.

En particular, deseo expresar mi gratitud a los profesores con los que realicé cursos de del doctorado: José Carpio Martín, Javier Gutiérrez Puebla, Emilia García Escalona, Aurora García Ballesteros, Ricardo Méndez Gutiérrez, Carmen Pérez Sierra.

El Dr. Carles Carrera Verdaguer me dio valioso apoyo para la realización del trabajo de investigación para la obtención del Diploma de Estudios Avanzados.

Un agradecimiento especial está dirigido a mi núcleo familiar más cercano, en particular a mi madre y a mi padre.

Y otras personas que también vivieron y compartieron conmigo estos años de trabajo, como las Srtas. Mónica Caravello y Leticia Ronis, y el Sr. Héctor Ceballos.





## ***INTRODUCCIÓN***



***Capítulo 1: Tema, objetivos,  
y estrategia de la investigación***



Esta Tesis se inscribe en el **Programa de Doctorado: territorio y sociedad**, en la línea de investigación: **Territorio, consumo y sociedad**, del **Departamento de Geografía Humana** de la **Universidad Complutense de Madrid**, y es dirigida por la Doctora Beatriz Jiménez Blasco.

El tema que se aborda es la vinculación entre turismo, sociedad, territorio y consumo, e implica un reto mayor por su amplitud, inalcanzable para una sola persona y para una sola disciplina. Por eso, este trabajo aborda turismo y migraciones, desde las dimensiones que abarca la línea de investigación: territorio, consumo y sociedad, en tres espacios de la Ciudad de Buenos Aires: **Barrio de La Boca, Barrio Chino y la Avenida de Mayo**.

Estos tres sectores de la ciudad son hoy atractivos turísticos importantes. Pero en su origen, fueron destino de inmigrantes. En la evolución de la República Argentina, las inmigraciones son un fenómeno fundamental, no un simple episodio. Entre 1850, y 1930, las migraciones provenientes de Italia y España fueron *masivas*, y en la Ciudad de Buenos Aires se formaron núcleos urbanos con fuerte identidad italiana y española, tal el caso del **Barrio de La Boca**, cuyos habitantes, al igual que los simpatizantes del mundialmente famoso club de fútbol *Boca Juniors*, se llaman *xeneises* (genoveses), y de la **Avenida de Mayo** que fue en gran medida responsable de que hacia 1910 se dijera que *la mayor ciudad de Galicia era Buenos Aires*. A partir de 1950, comienza una nueva oleada migratoria, esta vez numéricamente menos impactante, y originada en países del lejano oriente. Sus integrantes se nuclearon en un sector del Barrio de Belgrano, en Buenos Aires, sector al que se denomina **Barrio Chino**.

En esta Tesis, se estudian los movimientos migratorios mencionados, y su influencia en el hecho actual de que estos tres sectores sean hoy atractivos turísticos.

De entre las tendencias originadas en el siglo XX cuya evolución se consolida en los comienzos del siglo XXI, las más notorias son el crecimiento del turismo como actividad económica, el número cada vez mayor de personas que eligen a las ciudades como destino turístico, y el avance del proceso globalizador, que implica una ampliación de los destinos turísticos del mundo, y de los centros emisores. A su vez, el crecimiento del turismo implica que cada vez más personas disponen de más tiempo libre, de más deseos de viajar, y de más dinero para gastar en esta actividad. Es un mundo cada vez más rico y opulento (pero donde el consumo es una de las actividades económicas principales).

Esta es una de las características de la sociedad postmoderna, interesada en actividades culturales, y en la satisfacción rápida de los deseos.

Una de las grandes ciudades del mundo que se ha beneficiado de estas tendencias es Buenos Aires, que tiene casi cinco siglos de existencia, es el resultado del

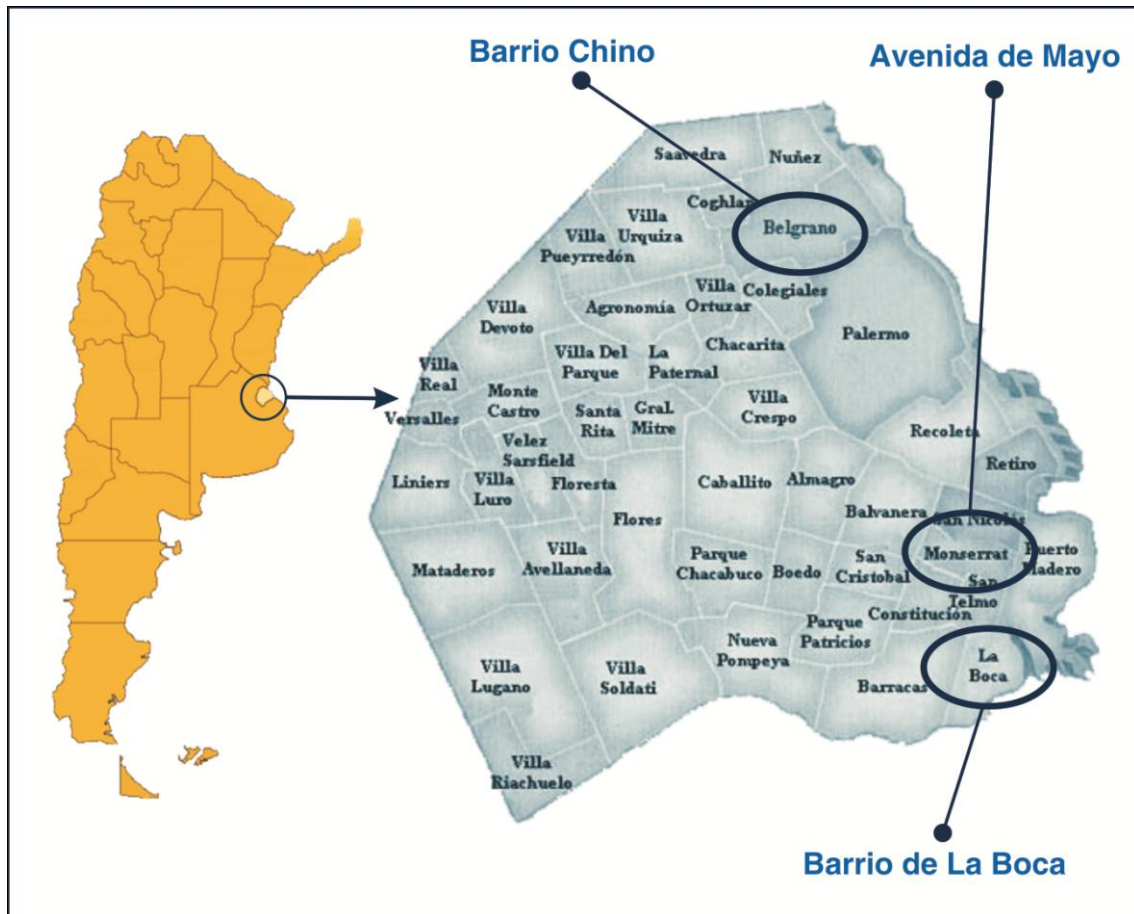
proceso colonizador español de las Américas, y la ciudad de mayor población en la República Argentina, además de su capital, con cuatro millones de habitantes, envuelta por un cinturón periurbano de casi diez millones más, en las últimas décadas ha cambiado su fisonomía, y se ha transformado en una *ciudad postmoderna*. Pero más allá de su cambio físico (*landscape*), la imagen de la ciudad que persiste en la gente (*mindscape*) no ha cambiado tanto, por eso no solo es su principal destino desde el exterior, sino que sigue siendo también el principal destino urbano para los turistas procedentes del interior del país.

Como resultado del proceso migratorio interno y externo, que la ha transformando en una ciudad cosmopolita, multicultural y multilingüística, Buenos Aires expresa aquellas tendencias: es postmoderna, globalizada, y turística. La Ciudad de Buenos Aires refleja en su fisonomía las huellas que van dejando las distintas corrientes de inmigrantes. En algunos casos monumentos, edificios, conjuntos, pero en otros sectores, barrios donde es identificable el peso de la inmigración. Algunos de esos sectores en la actualidad tienen una amplia vinculación con el turismo, llegando a ser atractivos para una demanda creciente de turistas.

Dos son los grandes centros emisores de las corrientes migratorias de Buenos Aires: España e Italia. Los dos han dejado un patrimonio tangible e intangible que se presenta hoy como recurso al considerar la oferta turística de la ciudad. Corrientes migratorias contemporáneas también van ocupando un territorio y comenzando a presentarse como atractivo turístico: es la inmigración asiática.

Es por eso que al considerar el estudio de la Ciudad de Buenos Aires en su vinculación con la corriente inmigratoria, se ha considerado a la inmigración española e italiana por ser las de mayor intensidad, y a la inmigración asiática por ser la contemporánea. Las tres han impactado en el espacio urbano de Buenos Aires y hoy constituyen enclaves de atractivo turístico. Este territorio marcado por la inmigración española es la **Avenida de Mayo**, en el caso de la inmigración italiana, el **Barrio de la Boca** y en el caso de la inmigración asiática, el **Barrio Chino**. El **Barrio Chino** se ubica en el norte de la ciudad, en el Barrio de Belgrano. La **Avenida de Mayo** se ubica en el centro, comprendida dentro del barrio de Montserrat, y el **Barrio de La Boca** en el sur.

**Mapa 1:** Localización del Área de Estudio.



Mapa de la ciudad de Buenos Aires, con su división por barrios,  
y su ubicación en la República Argentina.

*Fuente: Elaboración propia.*



## 1.1 Fundamentos de la elección del tema de tesis

La actual importancia que tiene el turismo en la Ciudad de Buenos Aires, me llevó a plantearme una serie de preguntas: ¿Qué incidencia tendrían los elementos tangibles e intangibles del patrimonio construido por las corrientes inmigratorias en aquellos espacios que son hoy visitados por los turistas?, ¿Qué rol cumplen en la oferta del turismo en las ciudades, su presencia en el territorio, en las costumbres de esos sectores?, ¿Qué imágenes generan en el turista?, ¿Existe una vinculación entre turismo y inmigración?, y si la hay, ¿Cuál es esa vinculación, en cuáles de las dimensiones se dan: en el territorio, en el consumo, en la sociedad?

Puesto que ha sido tan impactante el movimiento inmigratorio, muchos espacios de Buenos Aires tienen un patrimonio de ese origen, en mayor o menor medida, pero hay algunos que aunque contengan señales de varias corrientes, son considerados por el imaginario colectivo como “típicos de una corriente inmigratoria en particular”. El espacio típico de la inmigración italiana es el **Barrio de La Boca**, y el de la española, la **Avenida de Mayo**. Estos dos lugares representan *lo español* y *lo italiano* en Buenos Aires, aun cuando los inmigrantes italianos y los españoles se ubicaron también en otros barrios de la ciudad.

Al momento de plantearme cómo acotar el área de estudio, establecí un doble criterio: los espacios a estudiar debían tener una identidad vinculada intensamente con una corriente inmigratoria, y, además, debían ser atractivos turísticos actuales de la ciudad.

De este modo, rápidamente surgieron los tres espacios vinculados a las inmigraciones italiana, española, y oriental, y quedaron de lado otros, vinculados con corrientes migratorias que tal vez son más numerosas, como por ejemplo las provenientes de los países limítrofes, pero que, sin embargo, no han devenido atractivos turísticos, más allá de algunas visitas para estudios sociológicos y antropológicos.

El tema que se aborda (la vinculación entre turismo, sociedad, territorio y consumo) implica un reto mayor por su amplitud, por lo que se acota en una serie de aspectos específicos: territorio, sociedad, consumo, inmigraciones, turismo en tres espacios concretos de la Ciudad de Buenos Aires: **Barrio de La Boca**, **Barrio Chino** y **Avenida de Mayo**.

La **Avenida de Mayo** y el **Barrio de La Boca** representan a las dos mayores corrientes migratorias de la Ciudad de Buenos Aires en la época de inmigraciones masivas, española e italiana respectivamente. El **Barrio Chino** representa a la corriente de las últimas migraciones; la asiática (no necesariamente *china*).

Creo que resulta de utilidad comprender las dinámicas urbanas, en este caso la vinculación desde el territorio, el consumo y la sociedad (líneas conductoras del programa de doctorado) con las corrientes migratorias.

Y entonces me pregunto: ¿Qué parte del patrimonio de base inmigratoria, que va dejando cada colectividad, resulta de atractivo para el turismo? ¿Qué elementos tangibles e intangibles del patrimonio de base inmigratoria están presentes en territorio, consumo y sociedad, y devienen atracción turística? ¿Qué huellas se encuentran en el territorio que son propias de la inmigración y que seducen al turista?

Creo también que el estudio de las relaciones entre inmigración y turismo, podría aplicarse a otros sectores de la Ciudad de Buenos Aires y a otras ciudades o pueblos. Y que en esta época de auge del turismo en las ciudades, el recurso patrimonial de base inmigratoria es un recurso más a tener en cuenta en la programación de nuevos productos turísticos.

## **1.2 Objetivos**

El espacio es dinámico, y en su dinamismo, está sujeto a modificaciones cuyas causas son numerosas, pero siempre están vinculadas a cambios sociales. Estos cambios influyen también en su función social, o sea, en la utilización que al espacio le dan sus usuarios, sean estos habitantes de la ciudad o no.

En el caso de los tres sectores de la ciudad de Buenos Aires que se estudian (Avenida de Mayo, Barrio de La Boca, y Barrio Chino), han sufrido modificaciones a consecuencia, entre otras influencias, de intensos y definidos movimientos migratorios. Y esto los ha tornado atractivos que convocan a los visitantes. En consecuencia, cambió su función social: estos espacios ya no son solo empleados por los habitantes de la ciudad sino también por los turistas.

Por estos motivos, esta Tesis Doctoral tiene por objetivo principal realizar un estudio comparativo de las relaciones actuales entre el espacio y el turismo y su vinculación con las corrientes inmigratorias en tres sectores de la Ciudad de Buenos Aires: Avenida de Mayo, Barrio de La Boca, y Barrio Chino, que son a la vez atractivos turísticos en la actualidad, e íconos de corrientes inmigratorias.

En el estudio de la función social del espacio y en la observación de su fisonomía en un determinado momento, confluyen el propio territorio, en cuanto soporte físico, pero también la sociedad, en cuanto conjunto de personas que tienen conductas específicas vinculadas con una determinada conformación cultural, la que es, a su vez, dinámica y está expuesta a innumerables influencias.

De entre tales influencias, en la actualidad, la posmodernidad (aún considerando su ambigua y desigual definición) es una de las más intensas, y entre los valores que sustenta, está la sobrevaloración de consumo. El fenómeno turístico actual está vinculado con este auge del consumo, lo que ha llevado a cambios en el espacio, tanto en su aspecto físico, cuanto en su función social.

Con este marco, esta tesis se plantea analizar la relación entre espacio, turismo y migraciones, a partir de objetivos específicos, que implican el abordaje desde tres dimensiones: territorio, consumo, y sociedad, y al mismo tiempo vincular, también, los hallazgos en estas dimensiones, con los orígenes inmigratorios de cada sector estudiado.

Más en detalle, desde el aspecto territorial, entonces, se busca estudiar, caracterizar, analizar los espacios urbanos destinados a las actividades turísticas (y su vinculación con la corriente migratoria que influye en cada sector). Se presenta la caracterización urbanística del equipamiento urbano, el tipo de accesibilidad y transporte, la forma de movilidad de los turistas, comprender el “clima” o ambientación del sector.

Así también la cartografía de la distribución espacial de los elementos de función turística (atractivos turísticos, servicios de alojamiento, alimentación, esparcimiento, agencias de viajes, bancos y cambios de moneda), de cada elemento y del conjunto de los elementos, de cada espacio urbano. Y se comparan cuantitativamente y cualitativamente los hallazgos obtenidos en la dimensión territorial en los tres espacios urbanos seleccionados. Se trata de ver qué tienen en común, pero también qué tiene de particular.

Desde el punto de vista del consumo, se busca conocer, analizar y comparar la oferta de bienes y servicios de consumo turístico de cada lugar, relacionándolo con su corriente migratoria. Se describe y analiza, pero también se establece una clasificación del grado de relación o vinculación de los elementos de función turística con la corriente migratoria.

Desde el punto de vista de la sociedad, el objetivo fue indagar y estudiar las acciones y planes que se realizan desde el Gobierno de la Ciudad, y desde las asociaciones que reúnen a los integrantes de las respectivas colectividades, tendientes al fortalecimiento de la actividad turística; y las actividades comunitarias y festividades que se realizan en estos barrios, vinculadas simbólicamente con sus orígenes migratorios, y de interés turístico. Además, en relación con este objetivo, se describen los organismos políticos, y organizaciones de colectividades que actúan y participan en beneficio del fortalecimiento de actividades turísticas; se mencionan, describen, y examinan planes, programas, proyectos de actividades turísticas, originadas por los organismos nacionales y del gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, acciones para el

fortalecimiento de las actividades turísticas originadas por las asociaciones de vecinos, organizaciones no gubernamentales, y aquellas en las que participa la colectividad inmigratoria, y el país de origen de la corriente inmigratoria. Además, se indaga sobre las actividades comunitarias y festividades que se realizan en estos espacios urbanos vinculados con sus orígenes inmigratorios.

Pero para interpretar adecuadamente los hallazgos, es indispensable ubicarlos dentro de marcos de referencia amplios, que den el contexto en el que esos hallazgos empíricos particulares tengan un sentido general. Por ello, esta tesis busca alcanzar otros dos objetivos fundamentales:

- Revisar y actualizar las tendencias teóricas que intentan dar cuenta de las relaciones entre el turismo y la ciudad.
- Exponer las características de Buenos Aires como destino turístico.

### 1.3 Metodología y Fuentes

A lo largo de la Tesis, y según el *objetivo* a alcanzar, se emplearon diferentes fuentes documentales y *métodos de investigación*.

Se realizó una **revisión bibliográfica** general sobre los temas turismo, ciudad, sociedad, consumo, turismo en las ciudades, globalización, postmodernidad, como así también una revisión bibliografía de las corrientes migratorias en la Ciudad de Buenos Aires.

Se **analizaron datos estadísticos** de población y de las corrientes migratorias a través de los censos realizados por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INDEC), datos de la Dirección General de Estadísticas y Censos del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires.

Se realizó una **recopilación, ordenamiento, descripción y análisis crítico de la información acerca de la oferta y la demanda turística** en la Ciudad de Buenos Aires.

En este apartado fueron varias las **fuentes consultadas**: los Anuarios de la Dirección General de Estadística y Censos del Ministerio de Hacienda de la Ciudad de Buenos Aires y Atlas Ambiental de la Ciudad de Buenos Aires, para los datos de la distribución y tipos de espacios verdes de la ciudad.

El análisis del patrimonio de la Ciudad de Buenos Aires se analizó de acuerdo al ámbito al cual pertenecen, así para los bienes de nivel nacional se consultó la ley que enmarca el Patrimonio Nacional (Ley nacional 12.665), de la *Comisión Nacional de Museos, Monumentos y Lugares Históricos* dependiente del Poder Ejecutivo Nacional.

Dicha comisión es quien designa como *monumento* o *sitio histórico* a un lugar o un edificio y establece la clasificación de los bienes patrimoniales.

La consulta de estos registros se ha efectuado desde la página web de la Secretaría de Cultura de la Nación. En esta página se describen los bienes y se especifica su año de declaración además, consta de un *Sistema de Información Cultural de la Argentina* que permite localizar los bienes patrimoniales de la ciudad. Los datos se actualizan permanentemente.

A nivel del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, se analizaron los datos consultando la página del Ministerio de Cultura de la Ciudad de Buenos Aires quien tiene a su cargo la Comisión para la Preservación del Patrimonio Histórico Cultural, a la Dirección General de Museos y a Sitios de Interés Cultural. Se examinó la Ordenanza 48039/9 (declaración de *Sitios de Interés Cultural*), la Ley 35/98 de creación de la Comisión de Protección y Promoción de los Cafés, Bares, Billares y Confiterías Notables de la Ciudad de Buenos Aires, las páginas web de La Noche de los Museos y Fiestas, Celebraciones, Conmemoraciones y Rituales, las fichas etnográficas de las fiestas del **Barrio de La Boca**, y **Barrio Chino** y Festivales de Buenos Aires.

En relación al único bien del Patrimonio de la Humanidad que posee la Ciudad de Buenos Aires (el Tango) se examinó el “*expediente de la candidatura*” en la página de la organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO).

Desde el Portal Oficial de Turismo del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, se consultaron las guías de Bares Notables, de Compras, de Tango, de Festivales de Buenos Aires, de Shoppings, de Centros de Información Turísticas, de Circuitos Turísticos, de Espectáculos, de Deportes, y por otra parte se cotejaron y enriquecieron con los datos consultados en los portales oficiales de la Cámara Argentina de Shopping Centers, Cámara de Casas de Tango y Música Popular de Ciudad de Buenos Aires, la Asociación de Milongas, del Tren de la Costa, Parque Tierra Santa, del Bus turístico, y Barrios de Buenos Aires de la Ciudad de Buenos Aires.

En relación a los barrios de la ciudad se obtuvieron datos del Centro de Documentación Municipal de la Ciudad de Buenos Aires, de la Dirección General Centro Documental de Información y Archivo Legislativo. Se consultaron leyes y normativas del Área Legal y Técnica del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires.

Los datos de la oferta de alojamientos, demanda turística y encuestas de preferencias fueron tomados de los estudios que suministra el Área de Estudios de Mercado y Estadísticas Turísticas del Ente de Turismo de la Ciudad de Buenos Aires.

Se consultó la Ordenanza Municipal 36.136/80 que establece la categorías de los establecimientos hoteleros, la Ley de Turismo de la Ciudad de Buenos Aires (ley N° 600/01), la Ley de creación del Ente de la Ciudad de Buenos Aires (2.627/07) y el Plan de Marketing de la Ciudad de Buenos Aires.

Las llegadas de turistas fueron tomadas del Área de Estudios de Mercado y Estadísticas Turísticas del Ente de Turismo de Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, en base a fuentes de Aeropuertos Argentinos 2000.

Los datos de transporte terrestre, del Área de Estudios de Mercado y Estadísticas Turísticas del Ente de Turismo de Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, en base a fuentes de TEBA SA., de la Comisión Nacional de Regulación del Transporte, Secretaria de Transporte del Ministerio de Planificación Federal, Inversión Pública y Servicios.

Se revisaron planes, programas, y proyectos que se encuentran *en línea*, y actualizados, del Centro de Estudios para el Desarrollo Metropolitano (CEDEM), del Área Desarrollo Urbano, de la Dirección General Centro Documental de Información y Archivo Legislativo (CEDOM), del Área de Planeamiento y Transporte del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, del Portal Ciudades del Mercosur, de la Corporación Buenos Aires Sur, de la Dirección General del Casco Histórico del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, de la Secretaria de Cultura del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires y del Área Legislación Técnica. Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, Dirección de Patrimonio del Gobierno de la Ciudad de Buenos, del área de Desarrollo Urbano, Unidad ejecutora La Boca, Programa de Recuperación Urbanística y Ambiental del Barrio de La Boca del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, Del Área Relaciones Internacionales del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires y las páginas web de las asociaciones de las colectividades: Asociación Amigos de la Avenida de Mayo, Asociación Chino-Argentina, Asociación de Vecinos del Barrio de La Boca, Comisión de Vecinos de la Calle Irala y Adyacencias, Movimiento Vecinal para el Resurgimiento de La Boca del Riachuelo.

Para estudiar la relación entre el espacio, el turismo y la inmigración, nos encontramos ante la inexistencia de un trabajo similar, por lo que se realizó un Estudio de Casos, mediante el cual se recopiló información en trabajo de campo, y se hizo una descripción de las características espaciales de los sectores seleccionados, en particular en lo que se refiere a su relación con la inmigración.

En el trabajo de campo, se empleó, en particular, la técnica de *observación participante* propia de la investigación cualitativa, de la cual interesa marcar algunos puntos característicos, y principios guía.

Comenzando por la técnica, *la observación es el proceso de contemplar sistemática y detenidamente cómo se desarrolla la vida social, sin manipularla ni modificarla, tal cual ella discurre por sí misma. El investigador observa directamente la situación, bien desde fuera como simple observador, bien desde dentro como actor integrante de la misma (observación participante) (Ruiz Olabuénaga, J., 1999, 125).*

La observación *ingenua, no sistemática*, se transforma en una poderosa herramienta de investigación social si se efectúa:

- *Orientada y enfocada a un objetivo concreto de investigación, formulado de antemano,*
- *Planificada sistemáticamente en fases, aspectos, lugares y personas,*
- *Controlada y relacionada a las proposiciones y teorías sociales, planteamientos científicos y explicaciones profundas,*
- *Sometida a controles de veracidad, de objetividad, de fiabilidad y de precisión (Ruiz Olabuénaga, J., 1999, 125).*

*La observación participante, también llamada etnográfica o global, es la técnica mediante la que el investigador selecciona un grupo humano (una isla, una tribu, un pueblo) para observarlo detenidamente, viviendo como un individuo más de ese grupo. De este modo, el observador se hace parte de la situación, para sentir lo que es vivir esta situación (Ruiz Olabuénaga, J., 1999, 133).*

Esta técnica ha sido adaptada para la observación de otros fenómenos, como por ejemplo, en este caso, la autora operó como observadora participante del fenómeno turístico de las áreas estudiadas, precisamente adoptando el aspecto y las conductas típicas de los turistas, para, de este modo, observar los fenómenos logrando a la vez la cercanía en lo operativo, y la distancia en lo conceptual para el análisis.

En cuanto a los principios guía, *los métodos cualitativos estudian la vida social en su propio marco natural sin distorsionarla ni someterla a controles experimentales, y eligen la descripción densa y los conceptos comprensivos del lenguaje simbólico.*

- *Parten del supuesto básico de que el mundo social es un mundo construido con significados y símbolos, lo que implica la búsqueda de esta construcción y de sus significados.*

*Por ello, las técnicas cualitativas buscan:*

- *Entrar dentro del proceso de construcción social,*
- *Describir y comprender los medios por los cuales los sujetos se embarcan en acciones significativas y crean un mundo,*

- *Conocer como se crea la estructura básica de la experiencia, su significado, su mantenimiento y participación a través del lenguaje y de otras construcciones simbólicas,*
- *Descubrir y exponer, más que explicar y predecir (Ruiz Olabuénaga, J., 1999, 31).*

En la búsqueda de esos objetivos, la investigación cualitativa sigue algunos principios operativos, por ejemplo:

- *Comienza con la observación detallada y próxima a los hechos,*
- *Busca lo específico y local dentro de lo cual pueden o no describirse determinados patrones,*
- *Las generalizaciones son elaboradas solo tentativamente a partir de los datos recogidos y en función de su capacidad específica de interpretarlos,*
- *Se da especial importancia a la observación de los casos concretos del mundo de la vida ordinaria,*
- *Descubre la estructura, no la impone, reconociendo los significados y los contextos en los que sus actos resultan situacionalmente relevantes,*
- *Los núcleos de interés son los fenómenos recurrentes en un tiempo y espacios concretos (Ruiz Olabuénaga, J., 1999, 23).*

Los métodos analíticos se marcan unos objetivos concretos que consisten en descubrir la estructura específica de lo que ocurre en la realidad, frente al descubrimiento de las leyes generales o distribuciones masivas que con tanto ahínco intentan averiguar los promotores de los métodos cuantitativos.

La metodología cualitativa implica un estilo de investigación social en el que se da una insistencia especial en la recogida esmerada de datos y observaciones lentas, prolongadas y sistemáticas a base de notas, registros, ejemplos. Lejos de ser una actividad unidimensional y lineal, el análisis cualitativo opera en dos dimensiones y de forma circular.

No solo se observan y graban los datos, sino que se entabla un diálogo permanente entre el observador y lo observado, entre inducción (datos) y deducción (hipótesis), al que acompaña una reflexión analítica permanente entre lo que se capta del exterior y lo que se busca cuando se vuelve, después de cierta reflexión de nuevo al campo de trabajo.

En general las técnicas de investigación cualitativa recurren a descripciones en profundidad, reduciendo el análisis a ámbitos limitados de experiencia.

El estudio de casos se organizó a partir de las tres *dimensiones* establecidas precedentemente: *territorio, consumo, y sociedad.*



El estudio se ejecutó con dos *momentos* claramente distinguibles:

- Primer momento: *obtención de los datos*
- Segundo momento: *análisis comparativo e interpretativo*

En el *primer momento* (de *obtención de los datos*), se realizó el trabajo de campo en terreno, a partir de indicadores y descriptores determinados específicamente para este trabajo, y su registro mediante *instrumentos* diseñados a tal fin, incluyendo *registros fotográficos*, con *posterior cartografiado*. La información fue recogida en función de las dimensiones *territorio*, *consumo*, y *sociedad*.

### **1.3.1 Variables e indicadores aplicados a la dimensión “Territorio”**

La **dimensión Territorio**, fue estudiada sobre la base de las siguientes **variables**:

- Caracterización urbanística
- Equipamiento urbano
- Accesibilidad y transportes
- Movilidad de los turistas y visitantes
- “Clima” o “ambientación” del sector

Y se definieron los siguientes **indicadores** para tales *variables*.

#### **Indicadores de la variable “Caracterización urbanística”**

##### **Nombre**

##### **Emplazamiento y delimitación**

##### *Tipo de límites*

- Abiertos-cerrados; semiabiertos, semicerrados
- Claro-borroso
- Construidos-Naturales

##### **Uso del suelo**

##### **Función turística**

- Atractivos turísticos
- Servicios turísticos (alojamiento, alimentación, esparcimiento, agencias de viajes, bancos y cambio de moneda, dotación para congresos y convenciones, comercio turístico, información turística).
- Infraestructura turística: miradores, espigones, etc.

### *Distribución espacial de los elementos en función turística*

- **Forma** de la distribución espacial de cada uno de los elementos o componentes. Es el esquema resultante de la presencia de elementos turísticos: en anillo, en abanico, lineal, concéntrico, disperso, fragmentado, etc.
- **Tipo** de distribución espacial de cada uno de los elementos o componentes. Este punto se refiere a si la distribución que implica ocupación total del espacio total, o compartido con otras funciones. Si existe concentración de elementos de un mismo tipo, (por ejemplo, hoteles). Si es homogéneo, heterogéneo, mixto con diversos elementos (hoteles, atractivos, agencias de viajes, etc.).

### **Función Urbana**

- Residencial
- Comercial
- Cultural
- Industrial
- Administrativa

## **Indicadores de la variable “Equipamiento urbano del sector”**

### **Mobiliario Urbano**

Identificación, ubicación, cuantificación y descripción del estado de conservación de los siguientes elementos del mobiliario urbano:

- Bebederos
- Bancos
- Papeleras
- Monumentos
- Murales
- Canteros
- Fuentes
- Otros

### **Cartelería**

- Cartelería General: promocionales, del nombre y altura de las calles
- Cartelería Turística
  - Tipo de señalización. Carteles de comercios turísticos, paneles informativos, mapas de ubicación, etc.
  - Tipo de diseño. Homogéneo (con diseño definido, uniforme), heterogéneo (sin diseño definido).

### **Alumbrado Público**

- Tipo de alumbrado:
  - General: igual en todo el barrio,
  - Turístico: con características particulares, diferenciadas.

## **Indicadores de la variable “Accesibilidad y transportes”**

### **Sistema viario general, de acceso al área turística**

- Calles y avenidas principales,
- Disponibilidad de Aparcamiento,
- Paradas de taxis,
- Paradas de autobuses.

### **Sistema viario interno del área turística**

- Calles y avenidas principales y secundarias,
- Calles peatonales,
- Aparcamiento,
- Paradas de taxis,
- Paradas de autobuses.

### **Transportes**

- Servicios ferroviarios, generales y turísticos,
- Servicios de autobuses, generales y turísticos,
- Servicios de transporte marítimo, generales y turísticos.

## **Indicadores de la variable “Movilidad de los Turistas y Visitantes”**

- Tipos de desplazamientos. Descriptores: en Itinerarios/circuitos. Sin itinerarios. Señalizado-no señalado. Cerrado-abierto. Planificado-no planificado, etc.
- Tipo de itinerarios/circuitos. Descriptores: guiado, autoguiado, libre, etc.
- Forma de desplazarse. Descriptores: vehículos particulares, vehículos turísticos, caminando, etc.

### ***Indicadores de la variable “Clima o ambientación en el área”***

Este punto se refiere a las expresiones humanas, sociales, culturales, que emiten los operadores del sector estudiado, y que impactan en el ánimo de los visitantes.

- Ambiente. Descriptores: artificial, festivo, Escena. Descriptores: planificada, no planificada. Festiva, abúlica,
- Presencia de turistas y visitantes,
- Oferta de espectáculos en la vía pública,
- Disponibilidad de actividades turísticas,
- Ornamentación turística,
- Características Postmodernas, globalizantes.

### ***1.3.2 Variables e indicadores aplicados a la dimensión “Consumo”***

La dimensión “Consumo”, fue estudiada a partir de las siguientes *variables*:

- Alojamiento,
- Alimentación,
- Tiendas de venta de *souvenirs*, artesanías, ferias y mercados,
- Esparcimiento.

#### ***Indicadores de la variable “Alojamiento”***

- Tipo y categoría de alojamiento.

#### ***Indicadores de la variable “Alimentación”***

- Tipos y categorías de establecimientos. Su relación con la corriente migratoria: nombre de los establecimientos, tipo de gastronomía, tipo de servicios, ambientación.

#### ***Indicadores de la variable “Tiendas de venta de souvenirs, artesanías, ferias y mercados”***

- Relación entre la oferta de artesanías y souvenirs y el origen migratorio del sector estudiado.

#### ***Indicadores de la variable “Esparcimiento”***

- Casinos, teatros, cines, espectáculos públicos, peñas, etc.
- Oferta de actividades vinculadas con el origen migratorio.

A continuación, se presentaron la relación de los establecimientos comerciales de los tres sectores de la Ciudad de Buenos Aires, con la descripción o enumeración de algunas de sus principales características.

También se menciona, para cada uno de ellos, su **relación con la corriente inmigratoria**.

A los efectos de determinar esta relación con la corriente inmigratoria, se tuvieron en cuenta los siguientes **criterios**:

- **Nombre**
- **Diseño del cartel**
- **Ornamentación**
- **Edificio:** arquitectura y origen.
- **Historia:** relación del edificio o del establecimiento con personas o hechos históricos vinculados al origen migratorio.
- **Ambientación**

En función de esos criterios, los establecimientos **se clasifican**, en cuanto a su relación con la corriente migratoria en:

- **Ninguna relación:** cuando no esté presente ninguno de los criterios considerados.
- **Baja relación:** cuando se encuentren uno o dos criterios.
- **Relación media:** cuando se encuentren tres criterios.
- **Alta relación:** cuando se encuentren cuatro a siete de los criterios.

### ***1.3.3 Variables e indicadores aplicados a la dimensión “Sociedad”***

La dimensión “Sociedad”, fue estudiada a partir de las siguientes *variables*:

- Acciones para el fortalecimiento de las actividades turísticas, originada por organismos nacionales y del gobierno de la Ciudad de Buenos Aires.
- Acciones para el fortalecimiento de las actividades turísticas, originada por el país de origen de la corriente migratoria.
- Acciones para el fortalecimiento de las actividades turísticas, originada por la colectividad.
- Acciones para el fortalecimiento de las actividades turísticas, originada por las asociaciones de vecinos, Ongs, etc.

***Indicadores de la variable “Acciones para el fortalecimiento de las actividades turísticas, originada por organismos nacionales y del gobierno de la Ciudad de Buenos Aires”***

- Planes, programa, proyectos y actividades de desarrollo urbanístico, sociales, económicas. Tipos. Ejecutadas y por ejecutar.
- Planes, programas, proyectos y actividades de desarrollo estrictamente turísticos. Tipos. Ejecutadas, por ejecutar.
- Leyes y reglamentaciones turísticas. Tipos. En vigencia, en proyecto.

***Indicadores de la variable “Acciones para el fortalecimiento de las actividades turísticas, originada por el país de origen de la corriente migratoria”***

- Planes, programas, proyectos, actividades. Tipos. Ejecutadas y por ejecutar.
- Ayudas, subvenciones, colaboraciones de carácter económico, técnicas, etc. Tipos.

***Indicadores de la variable “Acciones para el fortalecimiento de las actividades turísticas, originada por la colectividad”***

- Planes, programas, proyectos, actividades. Tipos. Ejecutadas y por ejecutar.
- Ayudas, subvenciones, colaboraciones de carácter económico, técnicas, etc. Tipos.

***Indicadores de la variable “Acciones para el fortalecimiento de las actividades turísticas, originada por las asociaciones de vecinos, Ongs, etc.”***

- Planes, programas, proyectos, actividades. Tipos. Ejecutadas y por ejecutar.
- Ayudas, subvenciones, colaboraciones de carácter económico, técnicas. Tipos.

Se realizó la **representación gráfica y tabulación de resultados**. Se realizó la **cartografía** de los espacios urbanos con mapas de distribución de los atractivos turísticos, de los servicios de alojamiento, de alimentación, de los comercios turísticos, de esparcimiento, de bancos y cambio de moneda, de agencias de viaje y del conjunto de los componentes de la función turística.

Se realizó una **muestra fotográfica** de los espacios urbanos analizados.

En el *segundo momento* del estudio de casos (*análisis comparativo, interpretación y conclusiones*), se realizó un trabajo comparativo de las características

en los tres sectores urbanos estudiados, haciendo énfasis en la relación que se pueda observar con la corriente migratoria de la que cada sector es representativo.

Este estudio de casos finalizó presentando sus *conclusiones*, en particular, buscando establecer las relaciones que pueda haber entre el origen o la representatividad inmigratoria del sector estudiado, y sus características actuales como atractivo turístico.

## 1.4 Organización y estructura de la Tesis

Esta Tesis se presenta organizada en cuatro partes.

La **Primera Parte** se presenta el **marco teórico de referencia** del tema de esta Tesis, que es el turismo en una gran ciudad.

Se presenta el escenario, el contexto espacial, histórico y cultural en que se inscribe el estudio de casos realizado en los tres sectores seleccionados de la Ciudad de Buenos Aires: ***Avenida de Mayo, Barrio de La Boca y Barrio Chino***.

En el marco teórico de referencia se presentan y discuten una serie de conceptos referentes a las *relaciones entre el turismo y la ciudad*, tales como: Las transformaciones urbanas y metropolitanas, espaciales y funcionales; La globalización y la ciudad globalizada; La postmodernidad y ciudad postmoderna y Las características del turismo en las ciudades.

Este contenido se ofrece en dos capítulos.

En el **Capítulo 2: Las características actuales de las grandes ciudades** se desarrollan las características de las grandes ciudades, entre la que destacan las transformaciones físicas territoriales y de las funciones urbanas, la ciudad como espacio prioritario para el consumo, y los cambios en la sociedad que llevan a cambio en las ciudades, y los cambios en las ciudades que llevan a cambios en la sociedad. La globalización y la postmodernidad.

Se abordan a partir de tres dimensiones: territorio, consumo y sociedad.

- Desde el *territorio* (transformaciones físicas y de las funciones urbanas),
- Desde el *consumo* (la ciudad como espacio prioritario para el consumo),
- Desde la *sociedad* (cambios en la sociedad que llevan a cambio en las ciudades, y cambios en las ciudades que llevan a cambios en la sociedad. La globalización y la postmodernidad).

En el **Capítulo 3: La Ciudad y el Turismo**, se abordan las relaciones entre ciudad y turismo: espacios urbanos de función turística, factores vinculados al desarrollo del turismo, etc. Se estudian factores que influyen en el desarrollo del turismo, tales como la *imagen de la ciudad*, y se desarrollan las relaciones entre los espacios de la ciudad consagrados al turismo, etc., partiendo de una revisión bibliográfica que ha permitido establecer una reflexión teórica y estructurar las ideas sobre el objeto de estudio.

Todos los temas abordados ejercen interacción mutua, por lo que este marco teórico, partiendo de una actividad de análisis detallado, tiende a una visión integradora, imprescindible para explicar de forma conjunta cambios territoriales, sociales, culturales, etc. Los temas tratados son los cambios y los factores de cambio, la ciudad como escenario del turismo y el consumo, la imagen de la ciudad y el turismo, los resultados: las grandes ciudades como destino turístico.

Por lo tanto la Parte 1, tiene por objetivo estudiar las tendencias teóricas actuales acerca de las relaciones entre el turismo y la ciudad, revisando la bibliografía para establecer las tendencias que constituyen el marco teórico de referencia del estudio empírico que se presenta en la tercera parte, y abordando la discusión de una serie de conceptos que dan cuenta de las relaciones entre el turismo y la ciudad, tales como ciudad y transformaciones urbanas y metropolitanas, globalización y ciudad globalizada, turismo en las ciudades, y postmodernidad y ciudad postmoderna.

Cuando los diversos conceptos que se analizan en un trabajo teórico, se encuentran entrelazados en una red de significados e interacciones, como es este el caso, es habitual emplear una modalidad de exposición de forma “*primero análisis, luego síntesis*”, lo que puede desnaturalizar, por sobre-simplificado, aquello que se estudia, y por lo que se considera conveniente, entonces, en este trabajo, modificar ligeramente esa secuencia, mostrando en primera instancia la complejidad conceptual, de la siguiente manera: “*Primero, síntesis breve que muestra la complejidad de la red de relaciones; luego análisis detallado; y finalmente, nueva síntesis, esta vez integradora y de arriba a la conclusión.*”

Por este motivo, en esta Primera Parte se ofrece una introducción que tiene por objetivo, precisamente, mostrar las implicaciones mutuas, exposición inicial sumaria, sintética, poco o nada analítica, pero a la vez comprensiva, compleja, en cuanto muestra la red de relaciones y significados mutuos entre los conceptos que se analizan luego: tiende a mostrarlos en su *interacción*, más que en su *especificidad*.



En la **Segunda parte: Buenos Aires, destino de inmigrantes y de turistas**, se describen las características de Buenos Aires como destino de inmigrantes y como centro turístico internacional. Desde el punto de vista turístico, se analizan sus características espaciales y paisajísticas, que la hacen destino turístico, se revisan las características de su oferta y de su demanda turística, y algunos de sus *productos turísticos* principales, y se estudian las corrientes migratorias principales que han moldeado su conformación actual, y su vinculación con la actividad turística.

Los resultados del trabajo se presentan en dos capítulos.

En el **capítulo 4: Buenos Aires, destino de inmigrantes**, se estudian las migraciones provenientes de España, Italia y del lejano oriente, porque sus expresiones urbanas actuales (***Avenida de Mayo***, ***Barrio de La Boca*** y ***Barrio Chino***, respectivamente) tienen importancia como atractivos turísticos. Y porque son los espacios urbanos elegidos en el estudio comparativo de esta tesis. Las que, como la española y la italiana, pertenecen a aquel movimiento mundial que comenzó a mediados del siglo XIX y se prolongó hasta 1930, con una interrupción abrupta pero transitoria durante la Primera Guerra Mundial, tuvieron en la República Argentina, y en la Ciudad de Buenos Aires, un efecto *constitutivo*: *constituyeron*, *construyeron* gran parte de lo que es este país y esta ciudad. Tal resultado es consecuencia de su *masividad*, y de su importancia económica, social, cultural, ideológica, y política.

Y si bien Buenos Aires recibió inmigrantes de muchos países, se abordará el estudio de las migraciones española e italiana que fueron las de mayor número e influencia en la conformación del país, posiblemente por la cercanía idiomática y religiosa. Ambas además se vinculan con la actividad turística, porque diversos sectores de la ciudad, que albergaron originalmente a los inmigrantes de estas dos procedencias, se han convertido en lugares de atractivo turístico, como la ***Avenida de Mayo*** y el ***Barrio de La Boca***. En el caso de la inmigración proveniente del lejano oriente de mediados del siglo XX, su impacto en la ciudad ha sido menor, por su número más reducido, por las dificultades idiomáticas y culturales para lograr el intercambio, y porque (a diferencia de la corriente del siglo XIX, que llegó a un país en *vías de construcción*), esta llegó a un país ya constituido institucional y socialmente. La cultura lejano oriental se expresa en particular en un sector de la ciudad, denominado, tal vez incorrectamente, “***Barrio Chino***”, que es un atractivo turístico.

Entonces, este capítulo se presenta organizado en los siguientes apartados:

- La etapa de las migraciones tempranas: Buenos Aires, ciudad criolla,
- La etapa de la inmigración masiva: Buenos Aires, ciudad europea,

- La etapa de las inmigraciones contemporáneas: Buenos Aires, ciudad postmoderna.

Por otra parte, en el **Capítulo 5: Buenos Aires como destino turístico**, se analizan las características espaciales y paisajísticas que hacen de la Ciudad de Buenos un destino de turistas de todo el mundo. En este capítulo se aborda la **oferta turística de Buenos Aires**, que trata sobre todo aquello de que dispone la ciudad y que *motiva* el viaje, o sea, los *atractivos turísticos*, y sobre aquello que *posibilita* el viaje, o sea, la *infraestructura* y la *planta turística*. El apartado **El espacio del turismo en Buenos Aires**, ofrece una enumeración y descripción somera de los *lugares (barrios)*, en los que se centralizan los atractivos, y por consiguiente, la actividad turística.

Por último, se estudia la **demanda turística de Buenos Aires**, y se exponen los resultados de la gestión turística, distinguiendo entre *demanda externa* e *interna*, o sea, entre los turistas provenientes del exterior y del interior del país.

En la **Tercera parte: Estudio de casos: estudio comparativo de tres sectores de la Ciudad de Buenos Aires**, se estudiaron empíricamente, mediante un trabajo de campo en terreno, el **Barrio de La Boca**, el **Barrio Chino** y la **Avenida de Mayo**, en cuanto a su actividad turística, desde las siguientes dimensiones *territorio*, *consumo*, y *sociedad*, y se vincularon los hallazgos con los orígenes migratorios de cada sector estudiado.

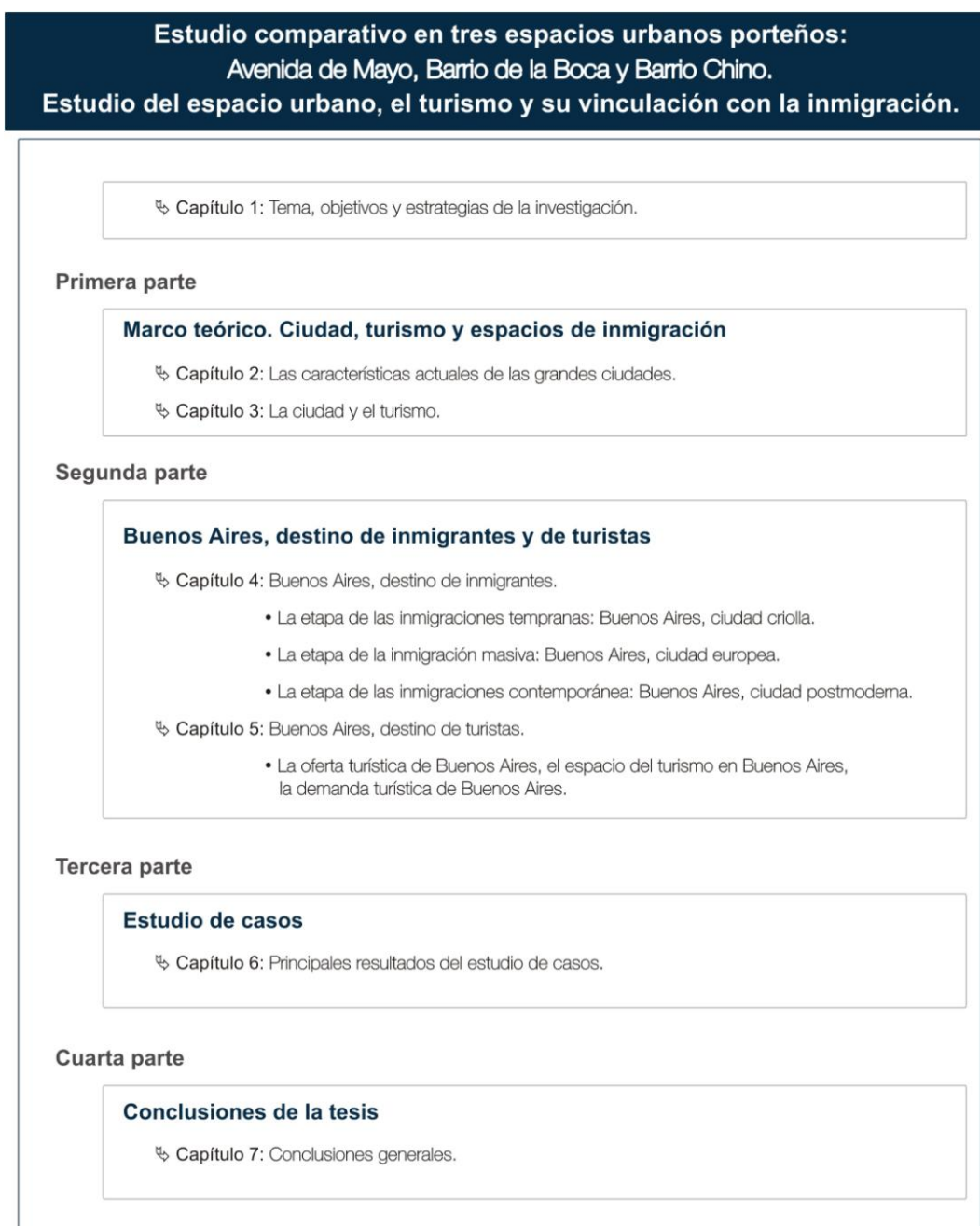
En el *aspecto territorial*, se estudiaron, caracterizaron y compararon los espacios destinados a las actividades turísticas (y su vinculación con la corriente migratoria que influye en cada sector).

Desde el punto de vista del *consumo*, se profundizó, caracterizó y comparó la oferta de bienes y servicios de consumo turístico de cada lugar, relacionándola con su corriente migratoria.

Desde el punto de vista de la *sociedad*, se realizó el estudio, caracterización y comparación de las acciones y planes que se realizan desde el Gobierno de la Ciudad, y desde las asociaciones que reúnen a los integrantes de las respectivas colectividades, tendientes al fortalecimiento de la actividad turística, y las actividades comunitarias y festividades que se realizan en estos barrios, vinculadas simbólicamente con sus orígenes migratorios, y de interés turístico.

En la **Cuarta parte: Conclusiones de la Tesis**, se resumen las tres anteriores, y se extraen las consecuencias de todo el trabajo de Tesis.

**Esquema 1:** Esquema de la organización y estructura de la Tesis.



*Fuente: Elaboración propia.*

***PARTE I:***  
***MARCO TEÓRICO. CIUDAD,***  
***TURISMO Y ESPACIOS DE INMIGRACIÓN***



En esta **Primera Parte** se presenta el **marco teórico de referencia** del tema de esta Tesis, que estudia los cambios funcionales en la gran ciudad que convierten espacios marcados por la inmigración del pasado, en lugares de atractivo turístico en la actualidad.

Se presenta el escenario, el contexto espacial, histórico y cultural en que se inscribe el estudio de casos realizado en los tres sectores seleccionados de la Ciudad de Buenos Aires: **Avenida de Mayo**, **Barrio de La Boca**, el **Barrio Chino** (estudio empírico que se presenta en la Parte 3).

A continuación se presentan y discuten una serie de conceptos referentes a las *relaciones entre el turismo y la ciudad*, tales como:

- Las transformaciones urbanas y metropolitanas, espaciales y funcionales,
- La globalización y la ciudad globalizada,
- La postmodernidad y ciudad postmoderna,
- Las características del turismo en las ciudades.

Este contenido se ofrece en dos capítulos.

En el **Capítulo 2**, se desarrollan *Las características actuales de las grandes ciudades*, entre la que destacan las transformaciones físicas territoriales y de las funciones urbanas, la ciudad como espacio prioritario para el consumo, y los cambios en la sociedad que llevan a cambio en las ciudades, y los cambios en las ciudades que llevan a cambios en la sociedad. La globalización y la postmodernidad.

El **Capítulo 3, La Ciudad y el Turismo**, aborda las relaciones entre ciudad y turismo; espacios urbanos de función turística, factores vinculados al desarrollo del turismo, etc.

Cuando los diversos conceptos que se analizan en un trabajo teórico, se encuentran entrelazados en una red de significados e interacciones, como es este el caso, es habitual emplear una modalidad de exposición de forma “*primero análisis, luego síntesis*”, lo que puede desnaturalizar, por sobre-simplificado, aquello que se estudia, y por lo que se considera conveniente, entonces, en este trabajo, modificar ligeramente esa secuencia, mostrando en primera instancia la complejidad conceptual, de la siguiente manera: “Primero, síntesis breve que muestra la complejidad de la red de relaciones; luego análisis detallado; y finalmente, nueva síntesis, esta vez integradora y de arriba a la conclusión”.

Por este motivo, el contenido de esta Primera Parte, se ofrece precedido de una Introducción que tiene por objetivo hacer esa exposición inicial sumaria, sintética, poco o nada analítica, pero a la vez comprensiva, compleja, en cuanto muestra la red de relaciones y significados mutuos entre los conceptos que se analizan luego. Tiende a mostrarlos en su *interacción*, más que en su *especificidad*.

## ***Introducción***

El contexto espacial, histórico y cultural en que se inscribe este trabajo se caracteriza por estar desarrollándose en función de algunas de las tendencias que ya se han señalado, tales como globalización, consolidación de la sociedad postmoderna, importancia creciente del turismo en las ciudades, términos que están implicados mutuamente, y cuya implicación no es unidimensional, sencilla, sino compleja: están vinculados todos con todos, y en distintas dimensiones, el espacio, el tiempo, la cultura, las ideas, etc.

Por ejemplo, en la *dimensión espacial*, ¿Qué significa decir que el mundo es global? ¿Y qué significa decir que una ciudad es postmoderna? ¿Qué cambios espaciales y funcionales de las ciudades, que han favorecido el auge del turismo, están influidos por la globalización y la postmodernidad? Por otro lado, ¿Qué cambios han ocurrido en las tendencias del turismo, inmerso en la globalización y la postmodernidad, que han dado lugar a modificaciones urbanas espaciales y funcionales?

En la *dimensión del tiempo*, ¿Qué son la globalización, y la postmodernidad? ¿Cuáles son sus antecedentes, y sus tendencias futuras? Y ¿A qué problemas históricos reales de las sociedades y las personas pretenden dar solución?

En el *plano de la cultura y las ideas*, ¿Qué significa decir que la cultura es postmoderna? ¿Y qué que el turismo es global? ¿Cómo se vinculan mutuamente turismo, ciudad y cultura?

Por otra parte, ¿Qué relación existe entre una ciudad postmoderna y una cultura postmoderna? ¿La ciudad es solo un espacio con edificios? ¿La cultura es solo un intangible?

A continuación se presenta una visión sumaria de algunas de esas interacciones entre conceptos, que intente ser comprensiva, integradora, para luego dar paso al análisis detallado de esos mismos conceptos, en el desarrollo de los dos capítulos de esta Primera Parte, con lo que se pretende, en conclusión, ofrecer, en primer término una visión complejizada, para evitar el riesgo de la sobre simplificación analítica.

La **globalización** es un proceso histórico, caracterizado por la progresiva liberalización de las trabas, y el estímulo al movimiento libre principalmente de capitales, información e ideas, pero también de bienes y personas en todo el mundo: la globalización es asimétrica.

Los **movimientos de personas** se expresa en forma de migraciones y de turismo, que constituyen un fenómeno social visible, y en particular en el caso de las migraciones, también más difíciles de abordar políticamente.



Y esto es así desde la misma definición del problema, que muestra también las implicaciones mutuas de los términos que se están tratando de desenmarañar aquí.

Por ejemplo: ¿Cómo definir el *problema* de las migraciones? ¿Es un desarrollo esperable del proceso globalizador? Entonces, los gobiernos deberían estimularlas, o por lo menos tolerarlas. No se trataría, en realidad, de un problema, sino de una nueva etapa de desarrollo del capitalismo. De este capitalismo que ha demostrado fortaleza para superar todas las crisis que se le han presentado, que alimenta cada vez a más millones de personas, y que ha creado un mundo que no deja de enriquecerse.

¿Estamos en una sociedad postmoderna? Entonces, se trata de una sociedad opulenta interesada en la satisfacción rápida de los deseos, y en los aspectos estéticos del vivir. Esto incluye aceptar la desigualdad. Entonces, no se pueden aceptar las migraciones, que llenan de “personas feas” nuestras ciudades. Además, a alguien hay que extraerle la *plusvalía*. En consecuencia, los gobiernos no deberían aceptar migrantes.

No se pretende aquí resolver la cuestión, ni fijar postura. Simplemente, sobre la base de una súper-simplificación, se busca exponer cómo los términos fundamentales que se analizarán, se entrelazan.

Por otra parte, también la tipificación anterior en *turistas* y *migrantes* es simplificación, tal vez operacionalmente útil, pero que tiende a ocultar aspectos referidos a los movimientos de personas en el mundo global que son complejos.

Por ejemplo, cada vez más personas están en situaciones *intermedias*. En particular, trabajadores temporales de actividades altamente internacionalizadas, o globalizadas. Puntualmente, por ejemplo, los trabajadores de la industria del petróleo y del turismo. Y por otro lado, todo lo anterior se refiere a los movimientos *voluntarios* de personas. Pero millones de personas son víctimas de *movilizaciones forzadas*, vinculadas a las guerras civiles, los procesos de limpieza étnica, etc. cada vez más frecuentes, y cada vez más masivos.

Se ha mencionado a Buenos Aires como beneficiaria del auge del turismo en las ciudades, y se la ha caracterizado como de casi cinco siglos de existencia, nacida del proceso colonizador español de América, que creció por un proceso migratorio interno y externo que la ha transformado en una ciudad cosmopolita, multirracial, multicultural y multilingüística. Es una *ciudad postmoderna* porque ha cambiado su fisonomía y sus funciones, y globalizada.

¿Cómo se pueden mostrar de manera sintética las relaciones entre *postmodernidad*, *ciudades postmodernas*, *globalización* y *turismo*?

Aunque la *postmodernidad* es un tema que desde hace décadas suscita el interés de filósofos, sociólogos, artistas, críticos de arte, esteticistas, arquitectos,

urbanistas, etc., no está clara su definición, ni sus alcances, ni sus orígenes: se los puede rastrear, según los autores, hasta el fin de la segunda guerra mundial, hasta Nietzsche a fines del siglo XIX, o hasta los estoicos y los hedonistas de la Grecia clásica.

Operativamente, a los fines de esta introducción, se puede decir que la *postmodernidad* es el nombre que se le asigna al pensamiento y la cultura del tiempo presente, pensamiento y cultura que influyen en el arte, en la arquitectura, en el ejercicio del poder, en los valores, y, por lo tanto, casi en cada decisión que se toma, tanto al nivel personal cuanto al plano comunitario.

Una sociedad numerosa y compleja como la actual, incluye numerosas tendencias, culturas, corrientes de pensamiento, escalas de valores, etc., y aunque la postmodernidad no es la única expresión de la cultura actual, es la predominante entre todas ellas, algunas de las cuales son pervivencias del pasado, y otras, anuncios del porvenir; unas se difunden entre amplios sectores de la población, y otras solo pertenecen al ámbito de ciertas tribus urbanas.

Desde el plano de los valores, la postmodernidad es una cultura que propicia el hedonismo, el individualismo, el no-compromiso con las profundas causas de la humanidad y la naturaleza, y en el plano del pensamiento, prioriza la imagen sobre el discurso, lo sintético sobre lo analítico, la frase hecha sobre el concepto elaborado: la acción política basada en las encuestas de opinión más que en los principios doctrinales. En el plano estético, entre otras tendencias artísticas y arquitectónicas, propicia el hipernaturalismo o hiperrealismo, el minimalismo, y un cierto decadentismo, o retroceso a los *buenos viejos tiempo perdidos*, neorrussonianismo, neo-ingenuidad, *mito de la arcadía*.

Más allá de los nombres que se les dé, y de las discrepancias entre los diferentes teóricos y críticos del arte, lo cierto es que en general las expresiones materiales postmodernas son bellas, agradables, alejadas del efecto desagradable o aterrador de expresionismo, y de la llamada a la rebelión o a la protesta del arte de la década del 1960, y otras expresiones contemporáneas, como el mayo francés de 1968. Es indudablemente, una expresión conservadora, pero que produce cierta ensoñación y melancolía.

Estas tendencias se expresan entonces, en las ciudades postmodernas: ciudades que cambiaron de funciones, y son más centros de intercambios de significados que de producción de bienes. Se han hecho más hedonistas que laboriosamente disciplinadas o sacrificadas, y más individualistas, e injustas: ciudades que al lado de una *villa miseria*, dejan crecer un barrio cerrado, un *country club*, digno

de príncipes o reyes (pero no destinados a la aristocracia, sino a la clase media acomodada).

Esas ciudades embellecen ciertos lugares, los restauran con una *onda retro*, les cambian las funciones (lo que era una fábrica se transforma en *restaurant*), se tornan entonces bellas, pulcras, melancólicas y ensoñadoras, y se ponen a disposición de personas también hedonistas e individualistas que pueden gastar una parte de su dinero y su tiempo en viajar y disfrutar del tiempo libre, pero que tienen elevadas exigencias culturales y estéticas.

Esos turistas, además de ser postmodernos, están también globalizados: vienen cada vez de nuevos centros emisores lejanos, volando en líneas aéreas y alojándose en cadenas hoteleras globales, trasnacionales. Alquilan autos en rentadoras internacionales, autos cuyos parabrisas limpian niños y jóvenes casi vagabundos de todas las ciudades del tercer mundo.

Y del mismo modo, la ciudad se ha vuelto postmoderna y globalizada.

Y eso se expresa en el auge del turismo en las ciudades, que las mismas ciudades buscaron, crearon, favorecieron, por el que trabajaron e invirtieron capitales y esfuerzos manuales e intelectuales y creativos, y que finalmente lograron, y que les ha traído extraordinarios beneficios de todo tipo, algunos de los cuales implican mejoras en las condiciones sociales y culturales de su propia población.

***Capítulo 2: Las características actuales  
de las grandes ciudades***



La ciudad es una entidad dinámica, vital, que evoluciona y hace evolucionar: cambios en las ciudades llevan a cambios en la sociedad, y viceversa, cambios en la sociedad que llevan a cambios en las ciudades.

Las dos características más destacadas de las grandes ciudades en la actualidad es que son *globalizadas* y *postmodernas*. Pero, ¿Qué significa eso, precisamente?, y ¿Cómo se *muestra*, y cómo se *ve*, una ciudad postmoderna y globalizada?

Dado que la ciudad está integrada por estructuras físicas y por usos y apropiaciones territoriales, y, además, dado que cumple con determinadas funciones, evidentemente la característica de globalizada y postmoderna de una ciudad debería expresarse en transformaciones físicas, territoriales, y de sus funciones.

A los efectos de esta tesis, resulta de particular interés establecer en qué medida esos cambios han afectado al desarrollo del turismo en las ciudades.

En relación con esto, la situación actual es que la ciudad, que siempre ha sido un destino turístico importante, está alcanzando una importancia mayor a la que siempre tuvo, lo que se refleja en los datos estadísticos turísticos cuantitativos.

Y directamente relacionado con esto, la ciudad se ha transformado en un espacio prioritario para el consumo, que es el resultado de la globalización y la postmodernidad. La ciudad no originó estas tendencias sociales, pero se adaptó rápidamente a ellas, y les brindó el ámbito territorial más adecuado para su desarrollo y expresión. Y, como consecuencia de estas transformaciones, la ciudad ha resultado beneficiada tanto en términos económicos cuanto culturales y sociales.

Pero si las manifestaciones más visibles son *físicas* (arquitectónicas, paisajísticas, territoriales) el cambio inicial, primero, es *motivacional*: cambian las necesidades del *usuario* de la ciudad. La gran ciudad tiene muchos *usuarios* diferentes, que se distinguen, por ejemplo, por sus *actividades*: el vecino, el turista, el recreacionista de fin de semana, el hombre de negocios que permanece unas pocas horas, el funcionario público que la visita en comisión de servicios, el comerciante en busca de novedades y oportunidades. Los usuarios de las ciudades también se distinguen por su *edad* (niños, adolescentes, ancianos, etc.), por sus *preferencias culturales* o *inclinaciones sexuales, religiosas, dietéticas*, etc.

Cada uno tiene su propia necesidad, a la que la gran ciudad tiene que adaptarse para satisfacer, adecuando sus características físicas y funcionales, que a su vez, inducirán nuevas necesidades y demandas: *La demanda y las exigencias de turistas, huéspedes, curiosos y visitantes (los llamados city users) tiene para los administradores igual importancia que las de los residentes o los empleados* (Améndola, G., 2000, 33).

Tales cambios en las motivaciones y necesidades de los usuarios de las ciudades, que originan cambios en las características físicas y funcionales de las ciudades, reflejan, y son el resultado de procesos histórico-sociales de larga data, tales como la *globalización* y la *postmodernidad*.

De este modo cierra el círculo, que las diferentes opiniones caracterizarán de *vicioso* o de *virtuoso*.

## 2.1 La Globalización

La globalización es un fenómeno reciente, pero la historia de la internacionalización de las relaciones económicas ya lleva 500 años: comenzó con el descubrimiento y conquista de América por España, y la llegada de los portugueses a Oriente. Entonces, comenzó a gestarse el primer sistema económico internacional que alcanzó a todo el planeta, y que en los últimos 150 años se ha caracterizado por Ferrer, A. (1988):

- Aceleración de la tasa de crecimiento en los países líderes y expansión de las relaciones económicas internacionales,
- Desarrollo en fases, y surgimiento de una nación líder al comienzo de cada una de las fases de desarrollo,
- Dispersión de los niveles de desarrollo relativo alcanzado por el grupo de las naciones líderes, y el resto de la población mundial, que incluye al 80% de los habitantes del planeta,
- Convergencia y competencia entre la nación líder y sus seguidores.

Estas características generales parecen estar en proceso de aceleración en los últimos años. La caída del régimen soviético, la apertura del mercado chino, y el desarrollo de las telecomunicaciones, incluyendo la difusión de Internet, son a la vez causas y consecuencias de este proceso.

*La globalización económica adquiere cada vez mayor protagonismo y despierta un gran interés, tanto por la complejidad de sus procesos, cuanto por la de sus efectos en la sociedad, en demografía, economía, política, territorio o en la cultura.* (Molina Ibáñez, M., 2002, 350).

El desarrollo de la globalización ha merecido el análisis de muchos autores, de los que aquí se mencionaran y analizarán brevemente aquellos que se han referido al impacto de la globalización en la ciudad y a la aparición de una ciudad de nuevas características: la ciudad global.

Por ejemplo, según Santos, M. (1996) La globalización constituye el estadio supremo de la internacionalización, la amplificación en “sistema mundo” de todos los lugares y de todos los individuos, aunque a diferentes niveles. En ese sentido, con la unificación del planeta, la tierra se convierte en un solo y único “mundo” ya asistimos a una refundación de la “totalidad-tierra”. ... Se trata de una nueva fase de la historia humana (Santos, M., 1996, 131).

Para García Canclini, N. (1995) *Lo que diferencia a la internacionalización de la globalización es que en el tiempo de la internacionalización de las culturas nacionales se podía no estar contento con lo que se tenía, y buscarlo en otra parte. Pero la mayoría de los mensajes y bienes que consumíamos se generaba en la propia sociedad, y había aduanas estrictas, leyes de protección a la que cada país producía. Ahora lo que se produce en todo el mundo está aquí y es difícil saber qué es lo propio. La internacionalización fue una apertura de las fronteras geográficas de cada sociedad para incorporar bienes materiales y simbólicos de las demás. La globalización supone una interacción funcional de actividades económicas y culturales dispersas, bienes y servicios generados por un sistema con muchos centros, en el que importa más la velocidad para recorrer el mundo que las posiciones geográficas desde las cuales se actúa* (García Canclini, N., 1995, 16).

O sea, este autor está distinguiendo un mundo internacionalizado a partir de la existencia de fronteras nacionales, de la existencia del estado nacional moderno, decimonónico, tradicional, del mundo globalizado, en que las fronteras se han perdido, o han disminuido significativamente su importancia política y cultural, y en el que es difícil distinguir entre lo local y lo global: la globalización modifica la disposición del espacio y su percepción.

Sassen, S. (2003), menciona una serie de factores que han influido en el desarrollo de la ciudad global, haciendo hincapié en la importancia que en tal sentido tienen las empresas que brindan servicios estratégicos a las grandes corporaciones.

Además de esa importancia genética, estas empresas de servicios también tendrían, según esta autora, influencia en la aparición de ciertas características de las ciudades globales, como su *desigualdad* espacial y socioeconómica, y su *transnacionalización*.

La larga argumentación que hace esta autora para arribar a tales conclusiones, se podría resumir de la siguiente manera.



Una noción muy común es que el número de sedes de grandes corporaciones internacionales es un criterio que define a una ciudad global.

Sin embargo, si bien este es el caso en algunos países donde el centro principal de negocios es también el principal concentrador de sedes corporativas, en otros, con una infraestructura bien desarrollada por fuera del centro principal de negocios, suele haber múltiples opciones de localización para las sedes corporativas.

La importancia de las funciones centrales de las grandes corporaciones está vinculada a la dispersión geográfica de las actividades económicas que caracteriza a la globalización, junto con la simultánea necesidad de integración de esas actividades, tan dispersas geográficamente.

Dada la complejidad de esas funciones centrales, cada vez con más frecuencia las direcciones corporativas de las grandes empresas globales las tercerizan y descentralizan.

Esas actividades terciarizadas son llevadas a cabo por empresas de servicios, insertas en los mercados más complejos y globalizados, que están sujetas a economías de aglomeración.

Por lo tanto, cuando antes se hacía todo en un solo lugar (la sede de la corporación), ahora se entremezclan las actividades de empresas de servicios, corporaciones, talentos, expertizajes de un amplio rango de campos especializados, y la creciente necesidad de rapidez en todas las transacciones e intercambios de información, en un contexto de incertidumbre.

Solo un cierto tipo de entorno urbano puede funcionar como un centro de información de esas características, y, por lo tanto, la ciudad que puede sostener estas actividades consiste en un nudo extremadamente intenso y densificado de información: no cualquier ciudad puede dar respuesta a estas necesidades, y por lo tanto, son pocas (relativamente) las *ciudades globales*.

Por otro parte, en algunos países puede ser varios los centros urbanos que logren estas capacidades, y en consecuencia se desvincularán las ciudades en las que están las sedes corporativas, de aquellas que son los centros principales de los negocios.

Por lo tanto, las ciudades que desempeñan este rol de *ciudades globales*, son aquellas que disponen de un amplio, avanzado y diversificado sector de servicios altamente especializados y puestos en red. Este es un factor que influye fuertemente en la decisión de adónde localizar la sede corporativa.

Pero esas empresas de servicios especializados ofrecen un servicio global, que implica una red global de clientes, y la formación de sistemas de trabajo a nivel *urbano*, pero, a su vez, *transnacional*: por ejemplo, una empresa de servicio puede tener tres de sus expertos en Tokio, Buenos Aires y Madrid, trabajando cada uno, pero en conjunto, para un cliente localizado en San Francisco.

Por lo tanto, a diferencia de las antiguas capitales de imperios, no es posible que exista una ciudad global aislada: si es una ciudad global, es porque logró insertarse en una red, que niega la posibilidad del aislamiento.

Por lo tanto, y del mismo modo que una antigua capital imperial podría caracterizarse por sus monumentos, palacios, u otros atributos del poder o la opulencia, una ciudad es global porque presenta determinadas características de *funcionamiento en una red*, y no por alguna expresión arquitectónica o urbanística física.

Finalmente, para Sassen, S. (2003) hay una diferencia importante: la categoría ciudad global solo tiene sentido como componente de una red global de ciudades estratégicas.

En la misma línea, De Mattos, C. (2001), sostiene que *... a medida que se fueron desplegando a escala planetaria las diversas actividades productivas organizadas en red, diversas ciudades... fueron los lugares preferidos para la localización de los eslabones principales de las cadenas respectivas. ... una nueva base económica urbana,... se estructuró a partir de un diversificado conjunto de funciones y actividades, entre las que importa destacar: ...las tareas de dirección, gestión, coordinación y control de un amplio espectro de conglomerados y empresas nacionales y multinacionales... los productos y actividades globales y las actividades educativas y culturales de más alto nivel... el núcleo más innovador e intensivo de capital de la nueva industria, así como las empresas con líneas de actividad más competitivas y/u orientadas al mercado mundial... el mercado para la parte más relevante de los productos globales* (De Mattos, C., 2001, 5).

La idea de ciudad *en red*, es también abordada o sostenida por otros autores, como García Canclini, N. (1997) para quien las grandes ciudades son *nudos* en que se realiza la interacción entre agricultura, industria y servicios sobre la base del proceso de información que rige la tecnología de gestión y comercialización.

Esta es también la idea de Castells, M. (1989) cuando habla de la *ciudad informacional*.

Los estudiosos están llevando a una nueva concepción de lo urbano: las grandes ciudades son el nudo donde se realizan movimientos de comunicación, escenarios que conectan entre sí a diversas sociedades.

Este proceso de puesta *en red*, puede observarse también en una ciudad bastante estancada como Buenos Aires, donde el crecimiento se presenta en la arquitectura ligada a la globalización promovida por grandes empresas transnacionales informáticas, edificios corporativos y *shoppings centre*, que son sus signos de la posmodernidad.

Por su parte, Borja, J. y Castells, M. (1997), ven en la globalización un proceso que modifica profundamente la estructura espacial y social de las ciudades y constituye... *el sentido más directo de la articulación entre lo global y lo local... donde se encuentra en último término la fuente de los nuevos procesos de transformación urbana... capaces de invertir el proceso de deterioro de la calidad de vida en las ciudades* (Borja, J. y Castells, M., 1997, 35).

También Santos, M. (1996), observa que *El proceso de globalización genera la mundialización del espacio geográfico,... la transformación de los territorios nacionales en espacios nacionales de la economía internacional; y... tensión creciente entre localidad y globalidad* (Santos, M., 1996, 133).

Por su parte, De Mattos, C. (2001) sostiene que a partir de los efectos de la crisis de los años setenta, y de la globalización, se produjeron una serie de modificaciones sociales y económicas, que han transformado también la expresión territorial de la acción humana.

Borja sostiene que algunos de los cambios que se han observado en las ciudades no son la traducción directa de la globalización en el territorio, pero están vinculados a un conjunto de factores tecnológicos, económicos, políticos, sociales y culturales vinculados a la globalización, por ejemplo *La informatización... y las formas modernas de comunicación, como... la telefonía móvil..., han modificado las relaciones espacio-tiempo y permiten desarrollar actividades diversas (profesionales, de ocio o cultura, de educación, de consumo) sin depender de una localización rígida. El territorio urbano es discontinuo, mezcla de zonas compactas con otras difusas, de centralidades diversas y áreas marginales, de espacios urbanizados y otros preservados o expectantes. Una ciudad de ciudades, en su versión optimista, o una combinación perversa entre **enclaves globalizados** de excelencia* (Borja, J., 2007, 42).

Y agrega... *importancia creciente de los factores culturales en la orientación de los procesos urbanos... la conciencia de las desigualdades sociales, el afán de distinción, el miedo a los otros y el refugio en la vida privada son muy funcionales al modelo del urbanismo globalizado* (Borja, J., 2007, 4).

Una ciudad que se ha visto modificada por la globalización es Los Ángeles, proceso estudiado por Soja, E. (2008), quien asigna el nombre de Cosmopolis (la globalización del espacio urbano). *Después del profético 1965, cuando se sancionó la legislación federal sobre los cupos de inmigración...estas oleadas inmigratorias alcanzaron un punto máximo sin precedentes,...convirtiendo a la ciudad en una de las metrópolis de mayor diversidad étnica y racial del mundo. ... La masiva corriente de inmigración global fue absorbida principalmente por trabajos de bajos salarios y escasa cualificación, ... El resultado final ha sido el ensanchamiento de la brecha de renta entre ricos y pobres, y una polarización social y espacial cada vez mayor, tan o más grande que la de cualquier otra región urbana de importancia, y esto a pesar de este «boom continuo». ...ha dado lugar a un «nuevo» Los Ángeles mucho más volátil* (Soja, E., 2008, 210-213).

Pero esta afluencia masiva de extranjeros, cada uno de los cuales llevó consigo lo local, hace que esta ciudad global ofrezca el espectáculo de un proceso de influencias de la globalización en lo local y viceversa, al que se le ha dado el nombre de glocalización.

Según Borja, J. y Castells, M. (1997) la *glocalización*, es la articulación entre lo global y lo local, noción que se aplica hoy tanto a la economía (la ciudad como medio económico adecuado para la optimización de sinergias) como a la cultura (las identidades locales y su relación dialéctica con el universalismo informacional de base mediática): *Lo global y lo local son complementarios, creadores conjuntos de sinergia social y económica. La importancia de lo local como centro de gestión de lo global es el nuevo sistema tecno-económico puede apreciarse en tres ámbitos principales: el de la productividad y competitividades económicas, el de la integración socio-cultural y el de representación y gestión políticas* (Borja, J. y Castells, M., 1997, 14).

Otros autores también han trabajado el concepto de glocalización, como Molina M, Hernando, F. y Farris, M. (2009) que sostienen que *se utiliza el término “glocal” para expresar la combinación de los fenómenos globales y la importancia de factores recursos locales, a la hora de materializar en un espacio concreto una inversión. El territorio no hay que entenderlo como un localizador de una actividad, sino como una realidad viva, cambiante y dinámica, definida por una sociedad, una economía, una cultura, una ordenación territorio y una política, sin marginar el peso de la historia y su realidad natural* (Molina, M.; Hernando, F. y Farris, M. 2009, 74).

Uno de los resultados de la ciudad actual es el multiculturalismo urbano, que se expresa en dos formas principales: espacios étnicos limitados, y proliferación de fronteras altamente conflictivas.

Este proceso ha sido estudiado por Pérez Sierra, C. (2002), que detalla como... *los inmigrantes se agrupan, periferianizan barrios enteros de nuestras grandes ciudades, y no se adaptan a la ciudad, sino que adaptan la ciudad a su forma de vida, y buscan en el país de acogida una home plus, que les proporciona mayores cotas de libertad y nivel de vidas, mayor protección sanitaria y mejores servicios. Viven sus propias redes, y no buscan tanto como generaciones anteriores la integración, que posiblemente le sería negada. Tienen sus propias tiendas, sus templos, sus restaurantes, que sirven de consumo exótico y kitsch para la población que, en otros aspectos, los rechaza. Están en un mundo global, pero mantienen y defienden lengua, costumbres y cultura, y, solo cuando adquieren mayor nivel de vida, los jóvenes empiezan a compartir los gustos de la sociedad anfitriona. Crean mundos aparte, y aun compartiendo el mismo espacio, se les mantiene a una enorme distancia social; ahora son más visibles al pasar a trabajar de la industria a los servicios...* (Pérez Sierra, C., 2002, 393-394).

Para García Canclini, N. (1992) *Tener una identidad sería ante todo tener un país, una ciudad o un barrio, una entidad donde todo lo compartido por los habitan ese lugar se vuelve idéntico o intercambiable. En esos territorios de identidad se pone en escena, se celebra en las fiestas y se dramatiza también en los rituales cotidianos. Quienes no comparten constantemente ese territorio, ni lo habitan, ni tiene por tanto los mismos objetos y símbolos, los mismos rituales y costumbres, son los otros, los diferentes. Los que tiene otro escenario y una obra distinta para representar* (García Canclini, N., 1992,177).

Sobre la cuestión de la identidad Pérez Sierra, C. (2002) sostiene que *Una identidad es siempre una construcción mítica, a menudo arbitraria e irreal, intangible, superior y compartida, que surge del antagonismo nosotros/ ellos* (Pérez Sierra, C. 2002, 393).

A la par de la identidad, corre el fenómeno de la discriminación, sobre el que Borja, J. y Castells, M. (1997) expresan que *En todas las sociedades, las minorías étnicas sufren discriminación económica, institucional y cultural que suele tener como consecuencia su segregación en el espacio de la ciudad. La desigualdad en el ingreso y las prácticas discriminatorias en el mercado de vivienda conducen la concentración desproporcionada de minorías étnicas en determinadas zonas urbanas en el interior de las ares metropolitana. Por otro lado, la reacción defensiva y la especificidad cultural refuerzan el patrón de segregación espacial en la medida en que cada grupo étnico tiene a utilizar su concentración en barrios como forma de protección, ayuda mutua y afirmación de su especificidad* (Borja, J. y Castells, M., 1997,120).

Para resumir, parece conveniente intentar responder a la pregunta que se hace García Canclini, N. (1999) acerca de qué necesita una ciudad para ser *global*?

*Las respuestas son variadas, y diversos autores se han expresado al respecto, por ejemplo Borja, J. y Castells, M. (1997), Hannerz, U. (1998), y Sassen, S. (1998). Resumiendo sus propuestas, se puede decir que son requisitos mínimos para que una ciudad sea considerada global, los siguientes: fuerte papel de empresas trasnacionales, especialmente de organismos de gestión, investigación y consultoría, mezcla multicultural de pobladores nacionales y extranjeros, prestigio obtenido por la concentración de elites artísticas y científicas, alto número de turismo internacional (García Canclini, N., 1999, 167).*

Pero no todos los cambios territoriales han sido consecuencia de la globalización, o han sido atribuidos tal vez incorrectamente a la globalización.

Por ejemplo, De Mattos, C. (2002) dice que ... *esta relación causal ha comenzado a ser puesta en duda. ... los principales cambios se deberían predominantemente a factores endógenos, específicos a estas formaciones metropolitanas, los que tendrían más fuerza transformadora que la globalización... gran parte de los cambios atribuidos a la globalización ya habían aparecido en pleno período fordista, mucho antes de que se hablase de este fenómeno, de modo que lo que se estaría observando ahora sería solamente la culminación de antiguas tendencias, y propone tratar de detectar cuáles serían los cambios que realmente estarían asociados a los avances de la globalización, y cuáles a condicionantes endógenos (Mattos, C., 2002, 5).*

Este autor también manifiesta su idea de que tal vez el impacto de la globalización sobre el territorio exista, pero que no sea tan significativo, puesto que... *cada una de las grandes ciudades continúa manteniendo su identidad esencial, afectada sólo marginalmente por la globalización. ... existe evidencia acerca de que en virtud de estos procesos cada ciudad se transforma, pero preservando muchos de los rasgos establecidos y consolidados a lo largo de su historia, que son los que la distinguen de otras ciudades de su mismo ámbito geográfico. Sería esto lo que preservaría las notorias diferencias que existen, por ejemplo, entre Río de Janeiro y Buenos Aires, o Londres y París (De Mattos, C., 2002, 6).*

En su trabajo de 2002, De Mattos, C. (2002) cita a Marcuse, P. y Van Kempen, R. (2001), que sostienen que... *(Casi) todas las ciudades son tocadas por el proceso de globalización, y [...] su involucramiento en este proceso no es cuestión de estar o en lo más alto o en lo más bajo del mismo, sino más bien de la naturaleza y alcance de la influencia del proceso... Esto, sin embargo, no implica afirmar que de esta manera desaparece o se esfuma un conjunto de rasgos inherentes a la identidad básica de cada una de ellas; por el contrario, existe evidencia acerca de que en virtud de estos procesos cada ciudad se transforma, pero preservando muchos de los rasgos*

*establecidos y consolidados a lo largo de su historia, que son los que la distinguen de otras ciudades de su mismo ámbito geográfico (De Mattos, C., 2002, 6).*

No importa cuán intenso, profundo, extenso o duradero sea el proceso globalizador, hay una base física, sociológica e histórica de identidad las ciudades, sostenida en la idiosincrasia de los habitantes de la ciudad, su morfología original, las modalidades de la vida cotidiana, etc., por la que el visitante, el *city user*, puede distinguir entre ciudades tan diversas como París, Buenos Aires, Los Ángeles, Dubai y Tokio.

En esa línea de conceptualización, para Harvey, D. (2006)... *la participación de los elementos simbólicos de la ciudad como marcas de distinción y generadores de renta monopólica a partir de su excepcionalidad, particularidad, originalidad y de sus significados estéticos. Son estas marcas de distinción las que otorgan, por ejemplo, a París, Atenas, Nueva York, Río de Janeiro, Berlín o Roma ciertas ventajas económicas respecto a Baltimore, Liverpool, Lille o Glasgow (Harvey, D., 2006, 21).*

De Mattos, C. (2002) dice que la idiosincrasia de una ciudad pone una base física, sociológica e histórica de identidad, que, por ahora, soporta los embates de la globalización, y valoriza *La identidad histórica de cada ciudad (en la que sin duda tiene gran importancia la idiosincrasia de los habitantes de la ciudad, la morfología original de emplazamiento, las modalidades de la vida cotidiana que fueron siendo establecidas, etc.), identidad que seguramente permanecerá más allá de los impactos de la globalización (De Mattos, C., 2002, 6).*

Jameson, F. (1995) enumera los cambios que producen los embates de la globalización sobre el territorio de las ciudades: *Nuevos tipos de consumo; obsolescencia planificada; un ritmo cada vez más rápido de cambios en la moda y los estilos; la penetración de la publicidad, la televisión y los medios en general a lo largo de toda la sociedad en una medida hasta ahora sin paralelo; el reemplazo de la antigua tensión entre el campo y la ciudad, el centro y la provincia, por el suburbio y la estandarización universal; el desarrollo de las grandes redes de súper carreteras y la llegada de la cultura del automóvil: estos son algunos de los rasgos que parecerían marcar una ruptura radical con la sociedad de la preguerra en que el alto modernismo todavía era una fuerza subterránea (Jameson, F., 1995, 37).*

Para Soja, E. (2008) la ciudad no es víctima pasiva de fuerzas históricas y sociológicas que la afectan, sino que es actora activa, y el proceso es bidireccional: *... una implosión y una explosión en la escala de las ciudades, una extraordinaria transformación de gran alcance del espacio urbano que es al mismo tiempo tanto de dentro hacia fuera como de fuera hacia dentro. ... cada centro urbano individual, desde el más grande hasta el más pequeño, parece contener, de forma creciente, el mundo*

*entero dentro de sí, creando los espacios urbanos más culturalmente heterogéneos que jamás se hayan visto. Una vez más, aunque los orígenes de esta transformación en la escala urbana pueden ser rastreados en eras más antiguas, esta transformación nunca se había manifestado con un alcance y una profundidad semejantes, haciendo del discurso sobre la globalización una de las aproximaciones más reveladoras a fin de comprender los nuevos procesos de urbanización (Soja, E., 2008, 224).*

### **2.1.1 La aparición de la ciudad postmoderna**

Según el Diccionario de la Lengua Española (Real Academia Española), la *ciudad* es el “Espacio geográfico, cuya población, generalmente numerosa, se dedica en su mayor parte a actividades no agrícolas.” Y también “Conjunto de sus calles y edificios”. Naturalmente, la definición es correcta, pero insuficiente, porque la ciudad es un ámbito de experiencias múltiples: genera goces, pero también sufrimientos a sus habitantes; induce sentimientos de soledad en medio de una muchedumbre, pero, también, de compartir un destino con desconocidos; ventila vergüenzas y orgullos; genera melancolías y esperanzas; macera frustraciones y propicia desarrollos.

Todas estas experiencias, y muchas más, son colectivas, no solo individuales, y van todas juntas, entrelazadas, con sus contradicciones e incoherencias, a lo largo de la vida de una persona y de una comunidad.

Y si la definición del diccionario es insuficiente para quien habita en, y *experimenta* a, la ciudad, también lo es para el estudioso de lo urbano, que no acierta a encontrar *la definición* correcta, completa, comprensiva, extensa, y explicativa, de lo que es la gran ciudad de la actualidad.

Por ejemplo, se caracteriza a la ciudad como *Concentración de personas y de funciones, hecho morfológico, hecho social, cultural y político, la ciudad aparece cada vez más como un fenómeno de extraordinaria complejidad y diversidad. Pero también como un fenómeno de difícil definición o mejor aun para el que sea posible una definición unívoca, ya que la concepción cuantitativa o cualitativa sobre el mismo cambia según el punto de vista que se adopte* (García Ballesteros, A., 1995, 12).

La principal dificultad para definir a la ciudad radica en que se trata de una entidad dinámica, y ello es particularmente evidente en las últimas décadas: si ya resulta difícil definir a la *ciudad*, a secas, lo es más aún definir o caracterizar adecuadamente a la ciudad *postmoderna*.



Las palabras o frases que se emplean para tales definiciones o descripciones son múltiples, no excluyentes ni exhaustivas, lo que tal vez está ocasionado porque las definiciones tienden a estabilizar, cristalizar un proceso, y este proceso particular de cambio urbano, tan dinámico, se escapa de toda definición: como un espejismo, a medida que parece estarse más cerca de una definición, o de una descripción, más se aleja en realidad, porque la ciudad ya volvió a cambiar.

En este sentido, reflexionando sobre variedad de términos que acompañan a la definición de ciudad y sobre su imprecisión, Méndez, R. (2007) dice que *Si bien es cierto que esto puede entenderse como manifestación del período de cambio intenso vivido en las últimas décadas, en bastantes ocasiones se trata de términos sugerentes, pero no tanto de conceptos demasiado precisos en la descripción de sus características o en las claves interpretativas de los procesos que subyacen a su construcción, al no responder a una interpretación teórica sobre las transformaciones urbanas estructurales del periodo actual, más allá de algunas de sus manifestaciones concretas* (Méndez, R., 2007, 52).

También De Mattos, C. (2001) marca la indefinición e imprecisión de la terminología, y construye una lista de los nombres que se ha dado a la ciudad actual, con sus respectivos autores: *... ciudad informacional Castells, M. (1989), ciudad global Sassen, S. (1991), metápolis Ascher, F. (1995), ciudad postmoderna Améndola, G. (1997), ciudad postfordista Dematteis, G. (1998), postmetrópolis Soja, E. (2000), ciudades en globalización Marcuse, P y van Kempen, R. (2000), entre muchas otras, documentan los esfuerzos que se vienen desarrollando en pos de la identificación de las tendencias que estarían marcando el tránsito hacia la ciudad del futuro y de aprehender los rasgos y la conformación morfológica que la caracterizarían* (De Mattos, C. 2001, 4).

Estas diversas denominaciones no siempre hablan de diferentes puntos de vista conceptuales, o de diferentes objetos o fenómenos observados. Más bien hacen énfasis en aspectos particulares de un asunto sobre el que coinciden en las líneas generales.

Pero cualquiera que sea su origen, lo cierto es que el resultado de tal ambigüedad e imprecisión de la terminología torna más difícil estudiar el asunto, porque... *es frecuente la utilización de diversas denominaciones para aludir al mismo tipo de fenómeno, mientras en otras ocasiones un mismo término se utiliza con significados diversos según autores* (Méndez, R., 2007, 52).

Sin embargo, este hecho no debería sorprender: las disciplinas que estudian a la ciudad, con el objetivo de *explicarla, comprenderla, o describirla*, pertenecen a las *ciencias sociales*, y emplean un lenguaje característicamente *polisémico*.

La complejidad del fenómeno urbano se expresa también en el hecho de que su estudio se realiza desde múltiples disciplinas: la ciudad es, por excelencia, campo de estudio multidisciplinar.

Pero se pueden hacer algunas distinciones en cuanto a los *enfoques* desde los que se estudia a la ciudad, en particular entre aquellos que hacen énfasis en los *procesos* mediante los que la ciudad está llegando a ser lo que es, y los que lo hacen en los *resultados*, o sea, en cómo se expresa materialmente, física, espacial y arquitectónicamente la ciudad: *... parece existir cierta dicotomía entre la bibliografía que se centra en el análisis de los procesos de base económica, tecnológica o sociocultural que transforman las metrópolis (Sassen, Taylor, Soja, Castells, Améndola...) y la que se preocupa, sobre todo, de las nuevas formas urbanas resultantes (Ascher, Garreau, Indovina, Dematteis), con escasa integración de ambas perspectivas (Méndez, R., 2007, 53).*

Es interesante observar la reiterada presencia del prefijo *post* en la adjetivación: postindustrial, posestructuralista, postmoderna, etc., sobre lo cual Hobsbawm, E. (1996) (refiriéndose al siglo XX) dice que *... cuando la gente se enfrenta a algo para lo que no se la ha preparado con anterioridad, se devana los sesos buscando un nombre para lo desconocido ... La palabra clave fue ... post ... usada como prefijo a una de las numerosas palabras que se han empleado para delimitar el territorio mental de la vida en el siglo XX, ... postindustrial, postimperialista, postmoderno, postestructuralista, postmarxista, postgutenbergiano o lo que sea. ... estos prefijos indicaban el reconocimiento oficial de una defunción, sin implicar consenso o certeza alguna acerca de la naturaleza de la vida después de la muerte (Hobsbawm, E., 1996, 290-291).*

O sea, el empleo del *post* expresa que algo termina sin estar claro qué comienza: indica incredulidad, desconocimiento, indefinición o imprecisión. Tanto es así, que ni siquiera está claro si la ciudad postmoderna es algo que ya existe (en cuyo caso debería ser posible *caracterizarla, explicarla*, o, al menos, *describirla* fenoménicamente), o si es algo que se manifiesta recién como *tendencia* de lo que vendrá (tendencia que emite señales, indicios, signos anticipatorios, que hay que saber *decodificar*).

En cualquier caso, ya existente en la actualidad, ya señal o indicio de una tendencia, la ciudad postmoderna transporta con la imaginación hacia el futuro, y deja atrás a la ciudad tradicional, cuyo imaginario social estereotipado está pasando a la historia: *La ciudad de corte europeo, compacta y delimitada, que había prevalecido como referente idealizado hasta no hace mucho tiempo, está dejando paso a un tipo de imagen urbana de la que Los Ángeles parece ser el paradigma más apropiado (De Mattos, C., 2001, 4).*

Pero Harvey, D. (2007) dice que la mirada que busque a la ciudad postmoderna, debería dirigirse hoy a las ciudades chinas, y no a las norteamericanas: *Yo solía pensar que Manhattan tenía un fantástico horizonte de rascacielos del que todo el mundo debía asombrarse. Después fui a Shangai...y Manhattan empezó a parecerme un pequeño centro provinciano: la urbanización de China es el gran proyecto. Ya no estamos hablando de una región metropolitana, sino de un enorme país que está siendo urbanizado a un ritmo asombroso* (Harvey, D., 2007, 71).

Diversos autores señalan que posiblemente uno de los cambios sociales más profundos observables en el siglo XX ha sido el éxodo desde el campo a las ciudades, un proceso que incrementó la urbanización del mundo, y lo cambió profundamente: *El cambio social más drástico y de mayor alcance de la segunda mitad del siglo XX, y el que nos separa para siempre del mundo del pasado, es la muerte del campesinado* (Hobsbawm, E., 1996, 292).

También Johnson, J. (1980) afirma que el proceso de urbanización ... *hasta el último rincón del mundo habitado constituyen uno de los rasgos más característicos de la vida del siglo XX* (Johnson, J., 1980,13), proceso que según Hobsbawm, E. (1996) ha sido más intenso en las sociedades occidentales: *Cuando el campo se vacía se llenan las ciudades. El mundo de la segunda mitad del siglo XX se urbanizó como nunca. Ya a mediados de los años 80, el 42 por 100 de su población era urbano y, de no haber sido por el peso de las enormes poblaciones rurales de China y la India, que poseen tres cuartas partes de los campesinos de Asia, habría sido mayoritaria. Hasta en el corazón de las zonas rurales la gente se iba del campo a la ciudad, y sobre todo a la gran ciudad* (Hobsbawm, E., 1996, 296).

La urbanización progresiva se acompaña de, y en parte está causada por, las transformaciones tecnológicas e innovaciones culturales, que no solo siguen a pasos de gigantes, sino que ocurren en todo el mundo: ... *la novedad de esta transformación estriba tanto en su extraordinaria rapidez como en su universalidad* (Hobsbawm, E., 1996, 291).

La década de 1970 será una de cambios para la ciudad, puesto que se han producido cambios en la sociedad y en la economía, que progresivamente se sostiene más en el consumo y los servicios que en la producción manufacturera. Esto conlleva modificaciones en el mercado de trabajo, y en la ocupación y utilización del espacio urbano.

Al respecto, Améndola, G. (2000) observa que ... *la ciudad tradicional a partir de los setenta, cambia profundamente... cuotas cada vez mayores de población son expulsadas de los procesos productivos primero, y de las áreas centrales urbanas después. El espacio dejado libre en la ciudad tradicional por la población y por las empresas que se han trasladado a nuevos espacios, constituye un valioso recurso para la construcción de la ciudad nueva en las formas de la ciudad tradicional* (Améndola, G., 2000, 31).

El proceso no era uniforme en todo el mundo, puesto que, como señala Hobsbawm, E. (1996)... *las aglomeraciones urbanas más gigantescas de finales de los ochenta se encontraban en el tercer mundo: el Cairo, Ciudad de México, Sao Paulo, Shangai. Y es que paradójicamente, mientras el mundo desarrollado seguía estando mucho más urbanizado que el mundo pobre (salvo partes de América Latina y del mundo islámico) sus propias grandes ciudades se disolvían, tras haber alcanzado su apogeo a principios del siglo 20, antes de que la huida a suburbios y a ciudades satélite adquirieran ímpetu, y los antiguos centros urbanos se convirtieran en cascarones vacíos de noche, al volver a sus casas los trabajadores los comerciantes y las personas en busca de diversión* (Hobsbawm, E., 1996, 296).

También cambió la *forma* de la ciudad: desde una imagen de *blanco de tiro*, o de *onda de agua*, o sea, con un centro histórico bien definido desde el que se fue expandiendo, como por oleadas, la ciudad pasó a mostrarse como un archipiélago, o *tela de araña*, de centros administrativo-comerciales, ubicados periféricamente, y vinculados por autopistas urbanas o vías de trenes subterráneos, cuya construcción en esta época alcanzó niveles extraordinarios. Hobsbawm, E. (1996) agrega que... *al mismo tiempo la descentralización se extendió, al irse desarrollando en los distintos barrios o complejos residenciales suburbanos sus propios servicios comerciales y de entretenimiento, sobre todo gracias a los “centros comerciales” periféricos de inspiración norteamericana* (Hobsbawm, E., 1996, 297).

En esta época también se afianza el proceso de predominio del *consumo simbólico*, o sea, la importancia creciente del *componente simbólico* del consumo, sobre su *componente utilitario*. *Se consolida, sobre todo a partir de la segunda mitad de los setenta, la llamada Symbolic economy de la ciudad. Esto no es nuevo... lo que es nuevo a partir de 1970 es la simbiosis de la imagen y producto, el objetivo y la escala de la venta de las imágenes a nivel nacional y también global...* (Améndola, G., 2000, 33).

Hay una tendencia a la redistribución del espacio urbano, marcada por el despoblamiento del centro de la ciudad, y el crecimiento de la periferia suburbana, movimiento que es generado por una serie de factores confluyentes, tales como las aspiraciones de las élites acomodadas a tener mejores niveles de servicios y equipamientos domésticos, mayor nivel de seguridad y confort, y, paralelamente, una ciudad que les ofrece progresivamente más violencia, inseguridad, contaminación ambiental, servicios básicos insatisfactorios, y fealdad.

Esa tendencia no es universal, puesto que en algunos casos, como los barrios de Recoleta y Puerto Madero de Buenos Aires, el centro sigue el lugar más importante para vivir. Para ilustrar este efecto, vale la siguiente anécdota que cuenta Harvey: *Estuve recientemente en una conferencia con algunos colegas franceses hablando sobre París y ellos se quejaban amargamente de que la globalización había pasado por alto a París. Nueva York, Londres, Frankfurt, entre otras ciudades, se habían quedado con la parte del león del negocio financiero. Entonces les dije: “–Ustedes tienen suerte, todavía pueden vivir en el centro de París”. A lo que ellos respondieron: “–Sí, por supuesto”* (Harvey, D., 2006, 22).

Hacia los años ochenta del siglo XX, y desde distintos puntos de vista culturales e ideológicos, se aludió a la idea del *fin de la ciudad*, como consecuencia de las crecientes tendencias conservacionistas medioambientales, que fructificaron políticamente en los partidos verdes en diferentes países, y en la inclusión de programas de conservación ambiental en las plataformas de los partidos tradicionales. Sin embargo, tales pronósticos no se cumplieron, por varios motivos.

En primer lugar, la ciudad tiene una evidente importancia política: es allí donde, en la actualidad, ganan elecciones los políticos, y donde se deponen malos gobiernos. Es allí donde, en la actualidad, se manifiesta la comunidad para solicitar innovaciones, y donde se protesta contra medidas arbitrarias. La ciudad no iba a resignar fácilmente este rol fundamental.

Por otro lado, a pesar de sus problemas estructurales, funcionales, estéticos, y ambientales, la ciudad iba a reencontrarse con su antigua capacidad de reinventarse y renacer como *ciudad postmoderna*, denominación de la que dice Améndola, G. (2000) coincidiendo con Hobsbawm, E. (1996) que no es que sea un nombre muy conveniente, sino que...*probablemente, no hay mejor medio para describir una situación muy fluida e incierta que recurrir al contraste con un pasado bien conocido y definido. Lo que independientemente de las etiquetas, parece ampliamente compartido, es que esta nueva ciudad es bien diferente del pasado y que marca, por el contrario, un cambio epocal de la escena metropolitana* (Améndola, G., 2000, 31).

Ese *reinventarse* quiere decir también que la ciudad ha tenido el privilegio reorganizar su entorno, adecuándolo a los cambios culturales que genera, y que ha sido el instrumento básico para transformar el entorno, para colonizar el territorio, para construir un medio diferente.

### **2.1.2 Características de la ciudad postmoderna**

Las tendencias axiológicas de cada época, se expresan en la arquitectura y el urbanismo del momento, y lo mismo ocurre en la actualidad con la cultura de la postmodernidad que expresa, entre otras, según Hassan, I. (1985) tendencias hacia:

- La fragmentación, y la valoración de las diferencias,
- La des-canonización (deslegitimación masiva de los códigos y las convenciones),
- La crisis del yo y falta de profundidad,
- El hedonismo y búsqueda de la belleza (sustitución del principio de utilidad con el de placer, afirmación de la belleza como valor difundido),
- La carnavalización (la vida como juego, el antifaz y la fiesta),
- La casualidad y de la probabilidad en lugar de la previsibilidad y la predeterminación,
- El protagonismo y participación,
- El subjetivismo y la primacía del relativismo, de la construcción individual, la coexistencia de diversas hipótesis (incluso mutuamente en conflicto) del mundo, etc.

El predominio de estos valores, podría expresarse arquitectónicamente en:

- El patchwork y el bricolaje,
- La hibridación de los estilos,
- El *pastiche* (reducción del pasado al presente),
- La ciudad como *work in progress* abierta a los significados que cada persona le asigne.

Por eso, de la ciudad postmoderna Harvey dice que es...*una concepción del tejido urbano necesariamente fragmentada, un “palimpsesto” de formas del pasado superpuestas unas a otras, y un “collage” de usos corrientes, muchos de los cuales pueden ser efímeros* (Harvey, D., 1990, 79), y Améndola, G. (2000) que *La nueva acción de transformación de la ciudad valorando, excluyendo, enfatizando, recreando, se produce construyendo un cuento y una imagen de la ciudad. ... (que) vive de las transacciones y de los intercambios simbólicos más que de la producción de bienes.*

*Esta se orienta hacia el exterior y a las interconexiones y tiene su capital más valioso en la imagen y en la atracción* Améndola, G. (2000, 33).

La ciudad postmoderna presenta una serie de características que la distinguen, pero sin embargo, no puede decirse que *toda* una ciudad que se pueda denominar como *postmoderna* poseerá *todas* las características que trataremos seguidamente. Algunas ciudades presentarán solo *algunas* de estas características; otras ofrecerán *modificaciones* o *variaciones* de esas características; finalmente, algunas tienen esas características, pero expresadas solo en algunos sectores urbanos.

Entre las características principales de una ciudad postmoderna se señalan las siguientes (en un orden no prioritario), que se describen a continuación:

- El esfuerzo de hacerlas cada vez más atractivas, y también más competitivas,
- La presencia de la arquitectura postmoderna,
- Su transformación sobre la base del patrimonio cultural, la cita histórica, y la referencia al pasado,
- La urbanización de las periferias,
- La oferta de espacios adecuadas a diversas preferencias y culturas: un espacio *pot-pourri*, o un *collage*,
- La importancia asignada a los intercambios simbólicos y a la imagen,
- Su interés manifiesto en devenir en destino turístico.

Como queda dicho, una de las características de la ciudad Postmoderna es el esfuerzo de los gobiernos por hacerlas cada vez **más atractivas**, como parte de una estrategia de posicionamiento, buscando el liderazgo del asentamiento de las actividades financieras, de consumo y esparcimiento.

Por eso mismo, buscan devenir en destinos turísticos de primer orden, y ofrecerse como un collage a los diferentes públicos y usuarios. De entre los usuarios externos de la ciudad, a quién se busca cautivar, Kotler, P.; Haider, D.; Rein, I. (1993) menciona los exportadores, inversores, industriales, directivos locales de las multinacionales, nuevos residentes, turistas y congresistas.

La tarea de embellecer a la ciudad implica una nueva etapa en su desarrollo, luego de su *industrialización* en el siglo XIX, y su posterior *desindustrialización* a mediados del siglo XX (y posteriormente), una *época gris* que dio paso a una sensación de *urgencia por la renovación*. Así lo expresa Harvey cuando afirma que ... es comprensible que estuvieran tan apremiadas, y que el resultado fuera una *repetición serial de modelos exitosos (como el de Harbor Place de Baltimore)* si se tiene en cuenta la horrible historia de la desindustrialización y la reestructuración,

*que casi no deja a las ciudades más importantes del mundo capitalista avanzado otra opción que la de competir entre sí fundamentalmente como centros financieros, de consumo y de entretenimiento* (Harvey, D., 1990,113).

Puesta ante tales exigencias, la ciudad se vio enfrentada a la exigencia de agradar a una variedad de personas: ya no solo debía ejercer atracción sobre sus propios *vecinos*, sino también sobre todos los *posibles o potenciales usuarios*. Su atractivo debía cautivar también a turistas, inversores, y una cantidad de nuevos *City uses*, y debía adaptarse al gusto de ellos.

Ahora bien, no solo se trata de agradar, de resultar seductora, sino que tiene que tener el poder de *competir con eficacia*, y esta es una tarea prioritaria para los gobiernos, en busca de resultar favorecidos en la elección de inversores y turistas. Por eso sostiene Amándola, G. (2000) que la estrategia de embellecimiento de la ciudad se dirigió a producir consenso, atraer empresas y capitales y estimular el consumo. *Imaginar una ciudad a través de la organización de espacios urbanos espectaculares se convirtió en un medio para atraer capitales y gente (adecuada) en un período (desde 1973) de mayor competencia interurbana...* (Harvey, D., 1990,193).

Por estos motivos, en los planes de desarrollo estratégico de sus ciudades, los gobiernos incluyen los programas de embellecimiento y de acondicionamiento necesarios para satisfacer las necesidades de los usuarios temporales, y no solo de los residentes. E incluyen también planes de *marketing turístico* para identificar a los potenciales usuarios temporales, y persuadirlos de ser visitados.

Los gobiernos realizan importantes esfuerzos en la promoción turística de sus ciudades, y ello se observa en su notoria presencia en grandes eventos internacionales, y en ferias turísticas como ITB de Berlín, Word Trabal Marquet (WTM) de Londres, Feria Internacional de Turismo (Futuro), en Madrid, Matear en Paris, etc.

Para desenvolverse en este nuevo rol, la ciudad debe proveer a los **city user** de los espacios, la infraestructura y los servicios necesarios, lo que suele resolverse mediante el **surgimiento de diferentes espacios**, algunos compartidos por residentes y *cita uses*, y otros como verdaderas islas a modo de enclaves exclusivos para estos últimos, lo que suele entrar en conflicto con los intereses de los residentes.

En relación con la modificación de la imagen y el paisaje urbanos, De Mattos, C. (2002) señala que *Cada ciudad a medida que se va globalizando-comienza a alojar en su interior un conjunto de artefactos arquitectónicos destinados a acoger y servir de soporte a actividades y empresas globales... Muchos de estos artefactos aparecen frecuentemente vinculados a grandes firmas arquitectónicas, e incluso al nombre de ciertos arquitectos globalizados de prestigio mundial, por cuyas obras se ha desatado una fuerte competencia entre ciudades en globalización; esto, por cuanto contar con una*



*obra de arquitectos como Cesar Pelli, Norman Foster, Frank Gehry, etc., puede ser un importante factor para aumentar la competitividad metropolitana en la red mundial de ciudades transfronterizas (De Mattos, C., 2002,4).*

Si en algo se puede ver la señal de que una ciudad está cambiando, es en las más visibles de sus partes: sus edificios más emblemáticos, y monumentos. La primera lectura, la imagen más rápida que aparece de una ciudad es la que proviene de la percepción del entorno, del escenario o *cityscape* de la ciudad, efecto de percepción creado a partir de las propuestas físicas que se sustentan en las ideas que marcan al urbanismo y a la arquitectura. El perfil de la ciudad postmoderna se obtiene en parte, pero en primer lugar, gracias a la **arquitectura** de edificios (de empresas multinacionales, hoteles, etc.), de los equipamientos del ocio y el turismo (museos, centros de arte y ocio, centros comerciales, etc.), y de la infraestructura pública (estaciones de metros y trenes, aeropuertos; puentes, etc.). Es en la ciudad donde se muestran las vanguardias e innovaciones de la arquitectura y el arte, que le van otorgando una nueva imagen, un nuevo perfil, sostenido por la arquitectura y el urbanismo. Para Améndola, *La arquitectura es el sector donde, con más arraigo, se ha manifestado el Postmoderno... El propio edificio Postmoderno cobra importancia, remitiendo a códigos interpretativos y a reservas simbólicas y estilísticas particulares, por el hecho de insertarse en un escenario general definible como Postmoderno* (Améndola, G., 2000, 69).

El urbanismo y la arquitectura postmoderna están dando como resultado un ambiente urbano marcado por lo *icónico*, con acento en lo *patrimonial*. ¿Cómo es un edificio postmoderno? Jencks, Ch. (1981) responde de la siguiente manera: *Como breve definición podríamos decir que un edificio postmoderno es aquel que habla por lo menos a dos niveles a la vez: a otros arquitectos junto con una minoría que se interesa en los significados arquitectónicos específicos y al público en general incluyendo a los preocupados por otros temas relacionados con la comodidad, lo tradicional y el estilo de vida. Por lo tanto la Arquitectura Postmoderna tiene un aspecto híbrido...* (Jencks, Ch. 1981, 6).

Los postmodernos partieron del supuesto de que adosando a sus construcciones elementos formales de la arquitectura del pasado, los edificios ahora sí iban a ser aceptados, ya que estos elementos representan los símbolos que necesita y pide el imaginario de la gente común. De acá surge el lema de “todo vale” y se empiezan a utilizar las “citas históricas” en los edificios: frontones griegos, columnas jónicas, rosetas medievales, balaustradas neoclásicas, molduras, filigranas, vitrales, murales, bajo relieves figurativos, etcétera.

En la misma línea, Améndola, G. (2000) afirma que *La arquitectura de la ciudad nueva postmoderna no intenta ya ser como en el pasado una obra de arte consumada... Si para el movimiento moderno el esfuerzo se dirigía a homogeneizar, para el postmodernismo es diferenciar, si el criterio ayer era la racionalidad, hoy es la identidad, si ayer era el universalismo, hoy es el particularismo, si ayer era la función, hoy es el placer. El arquitecto no se propone ya educar, reformar o moralizar, sino agradar* (Améndola, G., 2000, 61).

La arquitectura a partir de los años noventa se caracteriza por buscar la espectacularidad. Muchos de los edificios de la última arquitectura tienen un carácter conmemorativo o de reto. Tal vez la construcción más representativa y vinculada al paso simbólico al nuevo siglo sea la Cúpula del Milenio, un espacio de exposiciones con una cúpula de 320 metros de diámetro, ubicada en el barrio londinense de Greenwich, y realizada por Richard Rogers. Otro ejemplo de grandiosidad son las Torres Petronas, diseñadas por el arquitecto César Pelli, en Kuala Lumpur, Malasia.

Los elementos de la arquitectura postmoderna tienen un común denominador: son *icónicos*, o sea, rápidamente se trasforman en nuevos referentes en la imagen pública de cada lugar. Pareciera que con el objeto de atraer turistas, las ciudades tienden a seguir un patrón, de desarrollo, constituido por *edificios icónicos*, y *patrimonio*. Estas características se dan en ciudades cuyo patrimonio histórico ocupa un lugar destacado en su imagen tradicional, cuanto en aquellas en que el patrimonio histórico no era demasiado importante.

En todo caso, la ciudad postmoderna recibe millones de turistas, y, eso que, en algunos casos, se han incorporado hace solo algunos años a la oferta turística internacional. *La arquitectura y el diseño urbano han respondido a estas nuevas necesidades urbanas. La proyección de una imagen del lugar bien definida, dotada de ciertas cualidades, la organización del espectáculo y la teatralidad, se han alcanzado a través de una ecléctica combinación de estilos, citas históricas, ornamentación y diversificación de superficies. ... las ciudades y las calles ponen mucho más cuidado en crear una imagen del lugar positiva y calificada, y buscan para ello una arquitectura y formas de diseño urbano que respondan a esa necesidad* (Harvey, D., 1990, 113).

Respecto de la arquitectura de la ciudad postmoderna, dice Harvey, D.(1990) que *En la medida en que la metrópoli no se puede controlar sino por partes, el diseño urbano (nótese que los posmodernistas no hacen proyectos sino diseños) busca simplemente tener en cuenta las tradiciones vernáculas, las historias locales, las necesidades, requerimientos y fantasías particulares, de modo de generar formas arquitectónicas especializadas y adaptadas a los clientes, que pueden ir desde los espacios íntimos y personalizados, pasando por la monumentalidad tradicional, hasta la*

*jovialidad del espectáculo. Todo esto puede florecer recurriendo a un notable eclecticismo de estilos arquitectónicos* (Harvey, D., 1990, 85).

Los mismos patrones arquitectónicos se ven en las distintas ciudades globales, Nueva York, Tokio, Londres, porque los mismos arquitectos proyectan y diseñan en varios países e incluso tienen sus estudios en diferentes ciudades y países. La arquitectura postmoderna muestra predilección por lo luminoso, liviano, práctico, efímero, sencillo y rápido, y deja de lado el estilo escultórico, lo pesado, monumental, estático. Estas tendencias se aplican al diseño de los nuevos edificios en los que se invierte actualmente: ya no en la iglesia, el palacio, la casa de campo y el ayuntamiento, sino en hoteles, restaurantes y edificios comerciales. *La arquitectura, obviamente refleja lo que la sociedad cree importante, lo que valora tanto espiritualmente como en términos de dinero en efectivo. En el pasado preindustrial las grandes aéreas de expresión eran el templo, la iglesia, el palacio, el ágora, los lugares de reunión, la casa de campo y el ayuntamiento, mientras que en la presente época el dinero sobrante se gasta en hoteles, restaurantes ...* (Jencks, Ch., 1981, 53).

La forma de considerar el espacio del postmodernismo difiere de la de los modernistas. Por ejemplo: *Sobre todo, las concepciones posmodernistas difieren radicalmente de las modernistas en su forma de considerar el espacio. Mientras que los modernistas ven el espacio como algo que debe modelarse en función de objetivos sociales y, por consiguiente, siempre, están al servicio de la construcción de proyectos sociales, los posmodernistas conciben el espacio como algo independiente y autónomo, a lo que puede darse forma de acuerdo con objetivos y principios estéticos que no necesariamente se inscriben en un objetivo social englobante, excepto, quizás, la realización de algo bello, intemporal y "desinteresado" como fin en sí mismo* (Harvey D., 1990, 85).

Y al respecto Jameson, F. (1984) pone de ejemplo de la arquitectura postmoderna en lo que tiene que ver con la originalidad del espacio postmoderno al Westin Bonaventure Hotel, del que dice ... *el Bonaventure aspira a ser un espacio total, un mundo completo, una especie de ciudad en miniatura... En este sentido, entonces, idealmente la miniciudad del Bonaventure de Portman no debería tener absolutamente ninguna entrada (dado que estas son siempre las costuras que vinculan el edificio al resto de la ciudad que lo rodea), porque no desea ser parte de la ciudad sino mas bien su equivalente y si reemplazo o sustituto* (Jameson, F., 1984, 90-91).

Los arquitectos más famosos del mundo son verdaderas estrellas que tienen sus estudios *globalizados* en países y continentes diferentes, y continúan dando el nuevo perfil a ciudades que ya tenían un patrimonio arquitectónico importante.

La mayoría de los nuevos proyectos están relacionados a las oficinas de las grandes transnacionales y más concretamente en relación al turismo como aeropuertos, estaciones de trenes, de metros, hoteles, puentes, museos, centros de artes, de ocio.

*Los edificios que representan valores del consumidor son los que generan inversiones...* (Jencks, Ch., 1981, 53) Muchos de estos proyectos son los nuevos iconos de las ciudades, utilizados en la imagen turística de muchas de ellas, que incluye como un sello de distinción por el diseño de arquitecto famoso. *La ciudad contemporánea, basada en una economía simbólica, en la gestión y el intercambio está orientada hacia el exterior. Ella debe, antes que nada, gustar para atraer personas y capitales y para estimular el consumo* (Améndola, G., 2000, 131).

De la misma forma que algunos museos ponen como atributo poseer en sus salas *un Picasso, un Renoir*, etc., las ciudades ponen en sus imágenes postales el perfil de unas torres de Cesar Pelli, un puente de Calatrava, un museo de Ghery, etc. Por ejemplo, la ciudad de Valencia incluye en su imagen turística el edificio de la *Ciudad de las Artes*, del arquitecto Calatrava; Barcelona el *Palau Sant Jordi*, de Arata Isozaki; Buenos Aires el *Puente de la Mujer*, de Calatrava, en el reciente barrio Puerto Madero; Bilbao el *Museo Guggenheim*, de Gerhy; Londres la *Torre del Milenio* es obra de Norman Foster. *Los arquitectos son autenticas star-starchitects-, crean tendencias y sobre todo son capaces de otorgarles prestigio y valor añadido a quien entre en contacto con su trabajo.....la firma del arquitecto es signo de distinción...* (Améndola, G., 2000, 38).

La lista de las ciudades y sus nuevos edificios es larga, aunque es pequeña la de los arquitectos/diseñadores, un grupo reducido que se disputa el mercado global de la arquitectura de la nueva ciudad. *El arquitecto postmoderno y el diseñador urbano pueden, en consecuencia, aceptar más fácilmente el desafío de tratar con grupos de clientes diferentes en formas personalizadas, a la vez que conciben productos para diferentes situaciones, funciones y "gustos culturales". Están, dice Jencks, muy preocupados por los "signos de status, por la historia, el comercio, el confort, el dominio étnico, los signos de vecindad", y dispuestos a satisfacer todos y cada uno de los gustos, como los de Las Vegas o Levittown: gustos que los modernistas solían descartar por vulgares y triviales* (Harvey, D., 1990, 96).

Las ciudades que se están tornando postmodernas son hoy las que tienen mayor importancia turística, o están en vías de tenerla, puesto que se encuentran compitiendo fuertemente en esa dirección. *El folleto de una agencia de viaje presentaba hace un tiempo un viaje todo incluido a Japón, subrayando la posibilidad que los clientes tenían que aterrizar en el aeropuerto de Osaka “última genial realización del gran arquitecto Renzo Piano”* (Améndola, G., 2000, 140).

A continuación se enumeran las obras más importantes que algunos de los arquitectos actuales han realizado en diferentes ciudades del mundo, y vinculadas más directamente con la actividad turística (transportes, estaciones del ferrocarril, aeropuertos, puertos, puentes, museos, centros de arte, teatros, etc).

**Tabla 1:** Obras de Santiago Calatrava vinculadas al turismo.

<b>SANTIAGO CALATRAVA (ESPAÑA 1951)</b>		
<b>TRANSPORTE</b>	<b>CULTURALES</b>	<b>OTRAS OBRAS EMBLEMÁTICAS</b>
Estación de Metro "Alameda". Valencia, España.	Ciudad de las Artes y de las Ciencias. Valencia, España: L' Hemisfèric (Cine IMAX y plabretario), Museo de las Ciencias Príncipe Felipe, L'Umbracle (Paseo cubierto), Palau de les Arts Reina Sofía.	Torre de Telecomunicaciones de Montjuïc. Barcelona, España. Puente de la Exposición ("La Peineta"). Valencia, España.
Estación de Ferrocarril del Aeropuerto. Lyon, Francia.	Museo de Artes. Milwauk, EE.UU.	Puente de Europa. Orleáns, Francia. Puente 9 d'Octubre Valencia, España.
Estación de Ferrocarril de Oriente. Lisboa, Portugal.	Centro Internacional de Ferias y Congresos. Santa Cruz de Tenerife, España.	Puente Peatonal Campo Volantín Zubizuri. Bilbao, España.
Aeropuerto de Bilbao. España.	Auditorio de Tenerife. Santa Cruz de Tenerife, España.	Puente de Itxas Aurre- Puerto de Ondarroa. Ondárroa, España.
Estación de Ferrocarril Stadelhofen. Zurich, Suiza.		Puente del Alamillo (Sevilla, España). Puente Bac de Roda Barcelona España. Puente de la Mujer. Buenos Aires, Argentina. Pabellón Kuwait (Expo'92, Sevilla, España).

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de [www.calatrava.com](http://www.calatrava.com)

**Tabla 2:** Obras de Richard Rogers vinculadas al turismo.

<b>RICHARD ROGERS (GRAN BRETAÑA 1933)</b>		
TRANSPORTE	CULTURALES	HOTELERÍA Y OTRAS OBRAS EMBLEMÁTICAS
Edificios de la Terminal 4 del Aeropuerto de Barajas, Madrid, España.	Centro Georges Pompidou (París Francia). Con Renzo Piano.	Hotel Berkeley, Bélgica.
Aeropuerto Internacional de Marsella. Marsella, Francia.	Pabellón Italiano en la Exposición Universal de Osaka. Japón.	Hotel y Centro de Conferencias Hesperia, Barcelona, España.
Aeropuerto de Pudong. Shanghai, China.	Nueva Experiencia del Millenium. Londres.	Cúpula de Londres. Londres.
Estación de Carril de la Velocidad de Ousan. Pusan, Corea del sur.	Congreso de Roma. Roma, Italia.	Bodegas Prots. Peñarol, España.
Aeropuerto de Zurich. Suiza.		Centro de Negocios de Viladecans, Viladecans, España.
		Arenas. Barcelona, España.

*Fuente: Elaboración propia a partir de datos de [www.richardrogers.com.uk](http://www.richardrogers.com.uk)*

**Tabla 3:** Obras de Philip Johnson vinculadas al turismo.

PHILIP JOHNSON (ESTADOS UNIDOS, 1906-2005)		
CULTURALES	JARDINES, ESCULTURAS Y MONUMENTOS	OTRAS OBRAS EMBLEMÁTICAS
Museo de los Niños. Guadalajara, México.	Jardín de Abby Rockefeller en el Museo del Artes moderno. Nueva York, EE.UU.	Torres Puerta de Europa. Madrid, España.
Museo del Artes Precolombino. Washington, EE.UU.	Jardín del Agua del Fort Worth. Texas, EE.UU.	Torre Internacional Place. Boston, EE.UU.
Centro Nacional de Artes Dramáticas. Bombay, India.	Al Thani Sculture, Doha, Estado de Qata.	Torre Tycon. Virginia, EE.UU.
Museo de Artes de Texas EE.UU.	La bóveda y el Unicornio (Locura del Jardín). Vermont, EE.UU.	Catedral de Cristal. California, EE.UU.
Museo de la Televisión y de la Radio Nueva York, EE.UU.	Chain Link Pavillion. Nueva York, EE.UU.	For season Restaurant. Nueva York, EE.UU.
Museo del Artes Africano. Nueva York, EE.UU.	Monumento de Kennedy. Dallas, Texas.	
Centro de las Artes Interpretativas. Houston, EE.UU.	Berlín glockentum. Berlín, Alemania.	
Centro del visitante de Perkins. Broux. Nueva York, EE.UU.	Parque de Chavasse. Liverpool, Inglaterra.	
Teatro del Estado de Nueva York. Nueva York, EE.UU.		
Centro de Convención del Niagara Falls. Nueva York, EE.UU.		
Nuevo Teatro de Cleveland. Ohio, EE.UU.		
Salón de Muestras de la Colección del Diseño. Nueva York., EE.UU.		

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de [www.archiplanet.org/architects/Philip\\_Johnson](http://www.archiplanet.org/architects/Philip_Johnson)

**Tabla 4:** Obras de Michael Graves vinculadas al turismo.

MICHAEL GRAVES (ESTADOS UNIDOS, 1934)		
CULTURALES	HOTELERÍA	OTRAS OBRAS EMBLEMÁTICAS
Museo Michael C. Carlos, Universidad Emory Atlanta, EE. UU.	Hotel Cisne y Delfin Resort en Walt Disney World, Orlando, EE. UU.	Torre Ten Peachtree. Atlanta, EE. UU.
Centro de Artes de Indianápolis. Indianápolis, EE. UU.	Hotel Ten Peachtree Place, Atlanta, EE. UU.	Puente Centro Cultural Fargo-Moorhead. Fargo, EE. UU.
Museo Nacional de Historia, Taitung, República de China.	Hotel Team Disney Building. Burbank, EE. UU.	Edificio de la Administración Pública, Portland, EE.UU.
Teatro O'Reilly, Pittsburgh, EE. UU.	Edificio Team Disney. California EE. UU.	
Museo Nacional de Historia, Taitung, República de China.		

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de [www.michaelgraves.com](http://www.michaelgraves.com)

**Tabla 5:** Obras de Frank Gerhy vinculadas al turismo.

FRANK GERHY (CANADÁ, 1929)		
HOTELERÍA Y OCIO	CULTURALES	OTRAS OBRAS EMBLEMÁTICAS
Hotel Marqués de Riscal. El ciego, España.	Museo Guggenheim de Bilbao. Bilbao, España.	El pez dorado en la puerta olímpica de Barcelona, España.
Salón de Conciertos de Springfield (Ficticio, Capítulo de los Simpsons).	Sala de Conciertos Walt Disney, Los Ángeles, EE. UU.	Casa Danzante, Praga, República Checa.
Centro Maggie's Dundee, Escocia.	Centro de Exposiciones, Columbia, EEUU.	Edificio del Banco DG, Berlín Alemania.
Parque recreativo Atkinson. Santa María, EEUU.	Reestructuración del Museo de Artes Contemporánea. Los Angeles, EE.UU.	Torre Gehry. Hanóver, Alemania).
	Museo de Corcoran de Artes. School of Art. Washington, EE.UU.	
	Disney Centro de Hielo. Los Angeles, EE.UU.	

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de [http://architects.greatbuildings.com/Frank\\_Gehry.html](http://architects.greatbuildings.com/Frank_Gehry.html)



**Tabla 6:** Obras de Arata Isozaki vinculadas al turismo.

ARATA ISOZAKI (JAPÓN, 1931)		
HOTELERÍA Y OCIO	CULTURALES	OTRAS OBRAS EMBLEMÁTICAS
Reconstrucción de la Feria de Milán. Milán, Italia.	Palacio de Hielo para Olimpiada de 2006 Turín, Italia.	Puerta Isozaki. Bilbao, España.
Salón de Conciertos de Kioto. Kioto, Japón.	Edificio de Oficinas Team Disney. Orlando, EE. UU.	Monumentos: Teda Two Decade. Aniversario Urbano. Diseño conmemorativo del Monumento Tarijin, China.
Centro del Artes de Himalaya de Shangai Zendai. Shangai, China.	Pabellón Polideportivo en Palafolls "Palauet". Barcelona, España.	
Exposición Práctica Internacional de China de la Arquitectura. Nanjing, China.	Acceso al Hotel Planta 10. Puerta de América. Madrid, España.	
Museo de Artes Contemporáneo. Los Ángeles, California, EE. UU.	Caixa Forum. Barcelona, España.	
Palau Sant Jordi. Barcelona, España.		
Museo de Bellas Artes. Takasaki, Japón.		
Casa del Hombre Museo. La Coruña, España.		

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de [www.arataisozaki.org](http://www.arataisozaki.org)

**Tabla 7:** Obras de Norman Foster vinculadas al turismo.

NORMAN FOSTER (REINO UNIDO, 1935)		
TRANSPORTE	CULTURALES	HOTELERÍA Y OTRAS OBRAS EMBLEMÁTICAS
Aeropuerto Internacional de Hong Kong , Chek Lap Kok. Hong Kong, China.	Museo Nacional. Beijing, China.	Al faisallah Complex. Arabia Saudita.
Aeropuerto de Bangkok, (Bangkok, Tailandia).	Centro de Sainsbury para los Artes Visuales. Norwich, Reino Unido.	Dolder Grand Hotel. Zurich, Suiza.
Aeropuerto Internacional de Beijing. Beijing, China.	Museo Americano del Aire. Duxford, Reino Unido.	Silken Puerta de America. Piso.
Aeropuerto de Stansted. Stansted, Reino Unido.	Centro de Hospitalidad de Granada, (Milton Keynes, Reino Unido.	Tivoli Garden Hotel. Copenague, Dinamarca.
Aeropuerto de Turín. Turín, Italia.	Sala de Espectáculos. Nancy, Francia. Parque mMicroelectrónico. Duisburg, Reino Unido.	Century Tower. Tokio, Japón.
Ciudad de Londres Helipuerto. Londres, Reino Unido.	Congreso Hall. Toulouse, Francia. Congreso Hall. San Sebastián, España.	Torre de Collserola, Barcelona, España. Millennium Tower, Tokio, Japón.
Aeropuerto de Kansai, Japón.	Centro de Convención y de Exposición. Hong Kong, China.	Tower Place. Londres, Reino Unido.
Sistema del Metro Bilbao, España.	Museo Imperial de la Guerra. Hartlepool, Reino Unido.	Millennium Tower. Londres, Reino Unido.
Heathrow Terminal 5. Londres, Reino Unido.	Galería Nacional de Artes Escoces Glasgow, Reino Unido.	Torre Caja Madrid Mdrd, España.
Passenger Concourse Building for British Rail, King's Cross Station, Londres, Reino Unido.	Centro de Congreso. Valencia, España.	Pont d'Austerlitz, Paris Francia.
Sistema de Desking del Aeropuerto. Estación de Carril Británico, Aeropuerto de Standsted, Reino Unido.	Museo del descubrimiento del Espacio, Japón.	Pont de la Fourvière, Lyon, Francia.
Pantallas, Señalización y muebles del Plataforma-Borde para el Ferrocarril del Transporte Público. Hong Kong, China.	La Gran Corte en British Museum. Londres, Reino Unido.	Pont du Medoc, Bordeaux, Francia.
Estación de la Expo Singapur, Singapur. Reconstrucción de la Estación de Dresden, Alemania.	Extension del Museo del Prado. Madrid, España.	Camomile Street, Londres, Reino Unido.
Kowloon-Canton Terminal de Ferrocarril. Hong Kong, China.	Centro Cultural. Dubai, Dubai.	Lisboa Expo '98, Winning Competition Entry. Lisboa, Portugal.

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de [www.fosterandpartners.com](http://www.fosterandpartners.com)

**Tabla 8:** Obras de Robert Stern vinculadas al turismo.

Robert Stern (Estados Unidos, 1939)		
HOTELERÍA Y OCIO	CULTURALES	OTRAS OBRAS EMBLEMÁTICAS
Club de Anglebrook Golg. Nueva York, EE. UU.	Museo de Arte Africana. Nueva York, EE. UU.	Torre Almirante. Río de Janeiro, Brasil.
Aldea de la Montaña de Aspen. Aspen, EE. UU.	Refacciones en el Centro de Kaufman. Nueva York, EE. UU.	Torre del Angel. México
Disney's Yacht and Beach Club Resort. The Walt Disney World Resort. Florida, EE. UU.	Centro Internacional Lincoln, Nebraska, EE. UU.	Tour carpe Diem. La Defense. Francia.
Resort de Veneguera. Gran Canaria. España.	The Norman Rockwell Museum. Stockbridge, EE. UU.	Entertainment and Retail Center at Diagonal Mar. Barcelona, España.
Embajador Hotel de Disney. Tokio Disney Resort, Japón.	American Revolution Center at Valley Forge, Pennsylvania, EE. UU.	Zubiarte Retail and Leisure Center. Bilbao, España.
Disney Boardwalk. Florida.	Centro de Visitante Perkins. Hill Bronx, Nueva York, EE. UU.	
Hotel Cheyenne. The Walt Disney Company. Francia.	The Mark Twain House. Hartford, Connecticut, EE. UU.	
Mansion on Peachtree, Atlanta, EE. UU.		
Newport Bay Club Hotel. Paris, Disneyland. Francia.		
Residencias y Hotel al Tulebaeva Park. Almaty, Kazajstán.		
Ritz-Carlton Hotel y Residencias. Astana, Kazajstán.		
The Residences at the Ritz. Carlton. Dallas, Texas, EE. UU.		

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de [www.ramsa.com](http://www.ramsa.com)

**Tabla 9:** Obras de Cesar Pelli vinculadas al turismo.

CESAR PELLI (ARGENTINA, 1926)			
CULTURALES	HOTELERÍA	TRANSPORTE	OTRAS OBRAS EMBLEMÁTICAS
Centro Chubu y Museo Culturales, Kurayoshi, Japón.	Hotel de Biwako. Japón.	Aeropuerto Nacional Terminal Norte. Washington, EE. UU.	Torres de Petronas. Kuala Lumpur, Malasia.
Museo del Arte Contemporáneo. Madison. EE.UU.	Hotel y Centro Turístico del Halcón del Mar. Fukuoka, Japón.	Alexandría, EE. UU.	Centro Financiero de la palabra de Beijing. Beijing, China.
Museo Waterbury, Connecticut, EE. UU.		Nueva Terminal y Parkade, Aeropuerto Internacional de Winnipeg. Winnipeg, Canadá.	Torres A, B, C. de Porta Nuova Garibaldi. Milán Italia.
Museo del Arte Moderno. Nueva York, EE. UU.	Colinas de Atago Gree. Tokio, Japón.	Segunda Terminal de Viajeros, Tokio.	Suria en la alameda del Centro de ciudad de Lumpur del kula, Kuala Lumpur, Malasia.
Museo Nacional del Arte. Osaka, Japón	Luces de la Ciudad en el Queens. Nueva York, EE. UU.	Aeropuerto de Haneda. Tokio. Japón.	Torres Caja Sol. Sevilla. España.
Museo y Centro arqueológico del Centro Turístico de la Ciudad de Osaka, Japón	Hotel y Casino del Centro de la ciudad. Las Vegas, EE. UU.		Edificio República. Buenos Aires, Argentina.
Centro para las Artes Interpretativas, del Carnaval. Miami, EE. UU.			Centro de las finanzas Internacionales. Hong-Kong, China.
Dewan Filharmonik Petronas, en la base de las Torres petronas. Kuala Lumpur, Malasia.	Cuatro Torres de la Hoja. Houston, EE. UU.		Acuario Mystic MarineLife . Connecticut, EE. UU.
Centro de las Artes Interpretativas del Condado. Costa Mesa, EE. UU.	Hotel de Oriental del mandarín. Tokio, Japón.		Invernadero. Londres, Inglaterra
Teatro de repertorio de la Costa sur. Costa Mesa, EE. UU.			

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de [www.cesar-pelli.com](http://www.cesar-pelli.com)

Otra de las características de la transformación urbana postmoderna es que se sostiene sobre la base del patrimonio cultural, la cita histórica, y la referencia al pasado: la nueva ciudad se reconstruye sobre lo antiguo, el cambio de funciones lleva al cambio físico. De viejas estructuras tales como talleres metalúrgicos, fábricas, puertos, surgen renovadas galerías, exuberantes restaurantes, bares y cafés, viviendas estilo *lofts*. La lista de las transformaciones producidas es larga, puesto que cada ciudad tenía algo como despojo, e inició la transformación según su capacidad presupuestaria o artística. Al respecto, Améndola, G. (2000) sostiene que... *a partir de los años ochenta, la ciudad ha tomado el camino del crecimiento a través de la transformación de lo existente. ... de la reutilización y de la puesta en valor de viejas partes de la ciudad según principios diferentes a los del pasado: valorización de las diversidades, recuperación de los testimonios del pasado,... Los viejos edificios... son conservados y hasta se enfatizan como envoltorios... y se convierten en iconos de nuevo estilo de vida* (Améndola, G., 2000, 31).

Áreas urbanas con algún elemento patrimonial importante pero deteriorado o degradado, pasan a reciclarlo de tal manera que se vuelve en un bien con perspectivas de declararse *patrimonio histórico*, o se transforma en un área destinada a la recreación y el ocio, tales como, por ejemplo, muchas de las áreas portuarias antes degradadas que se han transformado en paseos marítimos. *La liberación de las viejas áreas industriales de empresas contaminantes, el desuso de escuelas e industrias, el abandono de viejas zonas residenciales, contribuyen a crear las premisas espaciales (y las oportunidades especulativas) para la creación de la ciudad nueva en la cáscara física de aquella tradicional* (Améndola, G., 2000, 27).

Entre los actores intervinientes en la transformación, la capacidad de aprovechar espacios que parecían ser la ruina de muchas ciudades, ha estado relacionada con el negocio inmobiliario, muchas veces antes que con las oficinas estatales de planificación. *En los intersticios y encima de los despojos de la vieja ciudad, administradores municipales y agentes inmobiliarios crean la ciudad postmoderna de la imagen, de la diferenciación social y del espectáculo. Una ciudad nueva con una población también nueva los viejos edificios son rehabilitados, restaurados y lanzados en el mercado para un público dotado de un capital financiero y cultural adecuado a una residencia y servicios de tipo superior. No se recuperan solo las casas individualmente; son áreas enteras el objeto de las intervenciones de recuperación y de puesta en valor* (Améndola, G., 2000, 29).

En la misma línea, Valenzuela Rubio, M. (2003) sostiene que... *el interés por estas nuevas versiones del patrimonio no es desinteresado, sino que está ligado a las oportunidades que en ellas se han percibido para superar la postración económica en que han caído las áreas en donde se ubican precisamente a causa de la decadencia no el abandono de las actividades a las que originalmente se destinaba...* (Valenzuela Rubio, M., 2003, 405).

Para Harvey, D. (1990), hay una tendencia, que es una de las características más generalizadas de la ciudad postmoderna, a incluir y valorar estilos del pasado, de modo que tal vez en el actual contexto socioeconómico y político, resulta un poco forzado. Por ejemplo, dice el autor que desde 1972 lo que Hewison, W. (1987) llama “*la industria de la heredad*” se ha convertido en un gran negocio en Gran Bretaña. Los museos, las casas de campo, los paisajes urbanos reconstruidos y rehabilitados para que resulten ecos del pasado, la producción de copias directas de antiguas infraestructuras urbanas han pasado a integrar una vasta transformación del paisaje británico, hasta el punto de que la principal industria de Gran Bretaña deja de ser la producción de *bienes* para centrarse en la producción de la *heredad*. El fundamento teórico de esta tendencia habla de identidad individual y colectiva, del impulso de conservación de nuestro ser, de saber de dónde venimos para saber adónde vamos, de la tranquilidad que aporta la idea de continuidad del tiempo entre lo caótico del momento, etc. Sin embargo, advierte que... *resulta imposible separar la tendencia posmodernista a la cita histórica y al populismo, de la simple tarea de alimentar, cuando no promover, los impulsos nostálgicos* (Harvey, D., 1990, 107).

La ciudad postmoderna también se caracteriza por la **urbanización de las periferias**. En áreas fronterizas entre el campo y la ciudad, y siempre cerca de alguna gran arteria de comunicación, surgieron en Estados Unidos, en la década de los 80, las *Edge Cities*<sup>2</sup>, mezcla de residencia y centro de trabajo, que rápidamente se convirtieron en unidades urbanas funcionalmente autónomas, cuyos habitantes escapan a los atascos cotidianos del tránsito generados por la pendularidad de los desplazamientos casa-oficina. Son lugares de gran atractivo físico y paisajístico: edificios bajos y alargados, espectaculares centros comerciales, instalaciones deportivas, clubs de golf, sectores de aparcamiento, escuelas nuevas y eficientes, en un entorno tipo *campus* universitario con lagos, bosques, áreas verdes, aire limpio, sendas peatonales y carriles para bicicletas.

---

<sup>2</sup> El término *Edge City* fue acuñado por Garreau, J. en 1991, en su libro *Edge City. Life on the new frontier*.

Su red viaria suele estructurarse mediante un serpenteante eje principal del que parten calles secundarias que igualmente serpentean dentro de los diferentes barrios, y el centro espacial y comunitario ocupado por uno o varios *shopping malls* de última generación que se convierten en el verdadero y único espacio público de las *Edge Cities*, ante la inexistencia de plazas tradicionales. Y sobre todo, están habitados por una comunidad de vecinos que es socialmente homogénea y está hecha a imagen y semejanza de cada residente. Ofrecen a las corporaciones globales muchas ventajas: suelo más barato, seguridad, eficientes comunicaciones terrestres, avanzado equipamiento tecnológico y una elevada calidad de vida para sus empleados y directivos, características que hacen que se conviertan en la sede preferente de las empresas punteras de la economía tardocapitalista y en la residencia de sus altamente cualificados (y bien pagados) empleados. Para Améndola, G. (2000), las *Edge Cities* son las protagonistas del nuevo panorama de las ciudades urbanizadas en sus márgenes, que constituyen una parte consistente de nueva realidad urbana.

El nombre de *Edge City*, aun siendo el más utilizado, no da plenamente cuenta de la nueva realidad: su carácter distintivo y nuevo no reside solo en el hecho de que estas se encuentran al margen de la ciudad tradicional, sino también en la relación constitutiva con las nuevas tecnologías y en la diversidad estructural de sus modalidades organizativas. Algunos geógrafos, como Soja, E. (2008) propone como nombre el de “*Exópolis*” (para el caso de los Ángeles) y expone acerca de la reestructuración de la forma urbana (o del espacio urbano), que tiene que ver con la urbanización de las periferias (americanas) Se refiere concretamente al crecimiento de ciudades en los suburbios, el progresivo incremento de puestos de trabajo, fábricas, oficinas, centros comerciales, actividades de ocio y culturales, poblaciones heterogéneas, nuevos inmigrantes, y una serie de atributos que en cierto momento se pensaron específicamente urbanos, pero que ahora se asientan en áreas que nunca antes habían experimentado estas aglomeraciones. *La composición de la exópolis puede ser descrita metafóricamente como «la ciudad de dentro a fuera», como en la urbanización de los suburbios y en el auge de la ciudad exterior. ... una globalización de la ciudad central que trae al centro a todas las periferias del mundo, ... Esto redefine simultáneamente la ciudad exterior y la ciudad central...* (Soja, E. 2008, 355).

Pero las exópolis y *edge cities* han sido también llamadas de otras maneras: crecimiento de las ciudades exteriores, *outer cities*, *postsuburbia*, *urban villages*, *tecnopoles*, *tecnopolis*, *technoburbs*, *silicon landscapes*, *metroplex*. En el caso de la Ciudad de Buenos Aires el crecimiento de las ciudades exteriores se da en dos vertientes: los llamados *country*, y las *villas miserias*.

Berger, J., y Harvey, D. (2007) dicen que los ricos y los pobres parecen atrincherarse, aunque los pobres lo hacen en las villas miserias y en las favelas, y los ricos en los *country*: *Ricos y pobres, cada cual en su zoológico privado...especialmente en el caso de los ricos atrincherados contra los pobres... los pobres no tienen murallas o muy pocas. De hecho, son los ricos los que erigen murallas para mantener alejados a los pobres* (Berger, J.; Harvey, D. 2007, 35-36).

La ciudad postmoderna ofrece también espacios adecuados a **diversas preferencias y culturas**: un espacio *pot-pourri*, o un *collage*. *Fantasy City* es el nombre de la obra de Hannigan, J. (1998), en la que designa de este modo a la ciudad que según él apareció en los años 80, como consecuencia del crecimiento de la industria del ocio. El autor sostiene que la financiación y la construcción de la *ciudad de fantasía* lo efectúan las corporaciones de crédito, los promotores inmobiliarios, las multinacionales del ocio (Disney, Universal, Sony, etc.), los operadores de venta al por menor (encargados de vender o alquilar espacios a entidades menores) y los organismos públicos, que ponen a disposición de los anteriores grandes cantidades de dinero público, bajo la excusa que se revitalizará la economía de las áreas degradadas. Según Hannigan, J. (1998), tres son las características claves de la *ciudad de fantasía*:

- La racionalización (que alude al pragmatismo que caracteriza la gestión y el funcionamiento de los centros de ocio y comercio contemporáneos).
- El uso de sinergias (el aprovechamiento de las actividades vecinas).
- Y la tematización.

Para Harvey, D. (1990) el éxito de estos proyectos de desarrollo urbano está dado en que... comunican con la aspiración a un mundo de fantasía,... que nos lleva más allá de las realidades comunes hacia la pura imaginación. Una arquitectura del espectáculo, con su sentido de brillo superficial y su participación fugaz en el placer, de despliegue y fugacidad... rehabilitación de los paisajes urbanos y recuperación de la historia... resultará útil para entender la actual fascinación por el embellecimiento, la ornamentación y la decoración... que se caracterizan por el collage de fragmentos de realidad con restos de experiencia (Harvey, D., 1990, 117).

Liotard, J. (1992) se hace eco de ese sentimiento de manera precisa: *El eclecticismo es el grado cero de la cultura general contemporánea: uno escucha reggae, mira un western, consume comida de Mc Donalds al mediodía y cuisine del lugar a la noche, usa perfume de Paris en Tokio y ropas "retro" en Hong Kong* (Liotard, J., 1992, 17).



La ciudad postmoderna muestra un elevado grado de internacionalismo, un *pot-pourri*, una mezcla abigarrada que busca dar satisfacción a las demandas de consumo de personas provenientes de diversas culturas. Cuando ese internacionalismo se ve, además, acompañado por corrientes migratorias (no solo de trabajadores sino de capitales), produce una plétora de *pequeñas italías*, *barrios chinos*, *barrios latinos*, *barrios árabes*, *zonas turcas*, etc. Pérez Sierra, C. (2002) describe este fenómeno en la ciudad de Madrid diciendo... *Lavapiés posee la vitalidad que le da su multiculturalismo étnico. Se puede estudiar antropología deferencial en sus escuelas, comer al estilo chino, indio, siro, cingalés o cubano, pero también asturiano, mallorquín o navarro. Hay teterías marroquíes, restaurantes vegetarianos y pubs irlandeses, carnicerías islámicas, tiendas verdes, bailes flamencos, un teatro independiente, y artistas y cantantes callejeros, tiendas mayoristas de todo tipo, y especializaciones variadas. Los chinos celebran en febrero su Año Nuevo, y los peruanos en julio, el día de la independencia de su país* (Pérez Sierra, C., 2002, 393-394).

Para referirse a este fenómeno de transformación urbana a partir del imaginario, Soja, E. (2000) introduce el nombre de *ciudades simuladas*, *Simcity: Con el propósito de definir el producto compuesto del imaginario urbano reestructurado, utilizo el término de Simcities, adaptación del título de uno de los juegos de ordenador más populares en el mundo* (Soja, E., 2008, 472).

Baudrillard, J. (1998) ha denominado la *procesión del simulacro* a esta irrupción creciente de la vida diaria por hipersimulaciones de la realidad. Se trata de copias exactas de originales que ya no existen (o que, incluso, quizá nunca existieron). La novedad actual radica en que estas *falsificaciones verdaderas* han escapado de sus anteriores territorios y productores claramente circunscritos, para infiltrarse en la más íntima vida cotidiana de las sociedades urbanas postmodernas, la política, la economía y la cultura, contribuyendo a esfumar, en un grado nunca antes alcanzado, los límites entre nuestras imágenes de lo real, y la propia realidad. *Aquí el principal interés está dirigido a la reestructuración del imaginario urbano, nuestra conciencia situada y centrada en la ciudad, y cómo esta refabricación ideológica afecta a la vida diaria de la postmetrópolis* (Soja, E., 2008, 452).

Soja dice que la sustitución de la realidad tiene muchos efectos, uno de los cuales es disneylización de la postmetrópolis: es como si las nuevas ciudades fueran variaciones de un parque temático (Soja, E., 2008, 474).

En otro trabajo del año 2000, Soja, E. (2000) dice que en la ciudad tematizada uno no sólo elige vivir de acuerdo con los tradicionales criterios de precio, proximidad al trabajo o acceso a buenos equipamientos públicos. También se elige, si la elección es posible, un lugar simbólico que simule un tema particular en cuanto a estilo de vida, que recree el propio mundo de fantasía, la frontera o la comunidad experimental del mañana.

Otra de las características principales de la ciudad postmoderna, es que está orientada a facilitar el consumo, ocupar el tiempo libre, y ser un destino turístico de primer orden.



### ***Capítulo 3: La ciudad y el turismo***



Este capítulo se presenta organizado alrededor de 4 ejes que constituyen otros tantos acápites:

- **Los cambios, y los factores de cambio:** se exponen los cambios que llevaron a un crecimiento notable del turismo en la segunda mitad del siglo XX, tales como cambios económicos, sociales, culturales, tecnológicos, de comunicaciones, de transporte, y del rol del Estado;
- **La ciudad como escenario del turismo y el consumo:** aquí se abordan los cambios en la organización espacial de las ciudades, como nuevo escenario en el que se desarrollan el turismo y el consumo. Puntualmente, se detallan los espacios destinados a las actividades culturales, recreativas, profesionales, al consumo, a los servicios turísticos, y aquellos lugares especiales de las ciudad que son los *enclaves*, y las espacios excluidos;
- **La imagen de la ciudad y el turismo:** se refiere a las maneras en que es *percibida* la ciudad, y cómo esta percepción influye en la elección final de un destino por parte de un turista. Y además, se expone la importancia de *construir* esa imagen para la planificación turística;
- **Los resultados: las grandes ciudades como destino turístico:**

Las ciudades se han convertido en un importante *destino turístico*. Ahora bien: ¿Qué se entiende por tal? Un destino turístico es considerado por la Organización Mundial del Turismo (OMT), como el... *lugar hacia donde se desplaza la demanda para consumir el producto turístico* (OMT, 1998, 53). Para Bull, A. (1994), es la *ciudad, región o país hacia el que se dirigen los visitantes, teniéndolo como su principal objetivo* (Bull, A., 1994, 25).

También se podría decir que un *destino turístico* está constituido por un lugar de consumo con una determinada imagen, donde se pueden disfrutar de servicios y adquirir productos materiales, que de acuerdo con una mayor o peor organización podrá transmitir una determinada percepción de la calidad del conjunto.

Los destinos turísticos son ...*combinaciones de productos turísticos que ofrecen una experiencia integrada a los turistas. (y que se los puede considerar).. como un área que presenta características reconocidas por los visitantes potenciales, las cuales justifican su consideración como entidad y atraen viajes al mismo, con independencia de las atracciones que existan en otras zonas* (Bigné Alcaniz, E., Font Aulet, X. y Andreu Simó, L., 2000, 30).

Entre las implicancias de esta definición están, por ejemplo, que ... el destino turístico es una unidad o entidad, que engloba diversos recursos turísticos e infraestructuras, formando un sistema. ... el turista percibe sus vacaciones como una experiencia global y por tanto, se requiere integrar los servicios y productos con tal de satisfacer al turista (Bigné Alcaniz, E., Font Aulet, X. y Andreu Simó, L., 2000, 31).

Mo, C., Howard, D., y Havitz, E. (1993) destacan la importancia del “entorno del destino turístico”, como factor fundamental de la experiencia turística, que puede incluir cuestiones tales como el entorno natural (clima), factores políticos (estabilidad política), factores tecnológicos (comunicaciones), factores económicos (nivel de precios), factores culturales (patrimonio histórico) y/o factores sociales (hospitalidad de los residentes).

Valls, J. (1996) entiende por *destino turístico* al ... *conglomerado de productos turísticos que actúan dentro de una demarcación geográfica determinada a la que hay que añadir factores como el clima, la infraestructura, los servicios y los recursos naturales y culturales* (Valls, J., 1996, 226).

Como se observa, son numerosas las contribuciones realizadas en relación al concepto de *destino turístico*, pero es importante destacar el acuerdo entre los diferentes autores acerca de su base multidimensional, y que abarca una experiencia holística.

### 3.1 Los cambios, y los factores de cambio

Muchos son los factores que han confluído para propiciar el desarrollo del turismo.

Boullón, R., Molina, S., Rodríguez, W. (1993) distinguen tres fundamentales: el aumento del **tiempo** libre, la disponibilidad de los **recursos económicos** para pagar los gastos de un viaje, y la existencia de **medios de transporte** y **facilidades** para trasladarse y permanecer en los lugares de destino.

Por su parte, Vera J., López P., Marchena M., Antón S. (1997), mencionan los siguientes cuatro factores clave: la conquista del **tiempo** de ocio y turismo, la conquista del **espacio** (reducción de distancias y superación de fronteras), el aumento de rentas y la **capacidad del gasto** turístico, y la conversión de la vacación y el viaje turístico en **necesidad** básica.

Tiempo libre es el que queda después de las obligaciones biológicas y de trabajo. Las actividades que se desarrollan en el tiempo obligado se pueden clasificar en obligaciones primarias (trabajo o estudio), obligaciones secundarias (viajar, higienizarse, tareas domésticas, etc.), y obligaciones fisiológicas (dormir, comer, etc.).

Una persona podrá hacer frente a los gastos básicos como alimentación, vivienda y salud, si dispone de una *renta*. Una vez cubiertos estos gastos obligatorios, la renta excedente, denominada *renta discrecional*, es aquella que se puede ahorrar o gastar. Así es posible afirmar que lo que determina la demanda del turismo es la disponibilidad de *renta discrecional* Lickorish, L., Jenkis C. (2000).

A continuación se aborda el estudio de las características principales de estos cambios, sus factores y razones, presentándolos de la siguiente manera:

- **Cambios sociales y económicos:** mejoras en los niveles de vida y en la disponibilidad de tiempo libre,
- **Cambios en las tecnologías, las comunicaciones y el transporte:** el mundo más cerca,
- **Cambios culturales:** nueva valoración del consumo y el ocio, vinculados con la globalización y la postmodernidad, y las transformaciones de las ciudades que se vieron en el capítulo 1,
- **Cambios en el rol del Estado.**

### ***3.1.1 Cambios sociales y económicos: mejoras en los niveles de vida y en la disponibilidad de tiempo libre***

El consumo turístico se puede realizar cuando se dispone de tiempo libre y dinero suficiente. Es por esto que el turismo, y sobre todo el turismo de masas, es un fenómeno del siglo XX, en particular de su segunda mitad, cuando el aumento de la productividad industrial y la dedicación exclusiva del trabajador a una actividad permiten disminuir las horas de trabajo. Aparece entonces una amplia disponibilidad de *tiempo libre*, que es consumido en *turismo* por buena parte de la población de los países desarrollados.

Los cambios en la estructura social también han colaborado a la expansión del turismo. Por ejemplo, en el siglo XX se produce una fuerte incorporación de la mujer en el mundo laboral; por otro lado, los adultos se casan más tarde y, o bien no tienen hijos o bien tienen menos, mientras aumenta el número de solteros y de parejas desestructuradas, modificando sustancialmente el concepto de familia tradicional. O sea que se ha producido un movimiento convergente de, por un lado, salarios más elevados, pero, por otro lado, de familias menos numerosas y de la ampliación de los ingresos de las familias trabajadoras donde las esposas/compañeras también trabajan. Este doble movimiento ha incrementado considerablemente los niveles de ingresos familiares, fenómeno que también se observa en las parejas *gay* (doble entrada).



Valls, J. (1996) señala que, la población envejece, pero, por diversos motivos, se adelanta efectivamente la edad de la jubilación. Esto hace que cada vez haya más personas relativamente jóvenes con pocos compromisos laborales directos, muchas horas para dedicar al ocio y al turismo y un nivel de adquisitivo suficiente gracias a las pensiones previstas. Este factor genera una población de tercera edad mucho más numerosa y la emergencia de un nuevo grupo de jubilados más jóvenes con tradición de viajar y exigencias de calidad. También aumentan las migraciones, generando flujos turísticos adicionales entre el lugar de origen de los emigrados y su lugar de destino.

Se ha generado una nueva valoración del binomio trabajo-ocio como consecuencia de que crece el número de horas de ocio de los individuos y de las familias, se han flexibilizado los horarios laborales, se reparten las vacaciones a lo largo de todo el año, y se ha consolidado un calendario laboral con un periodo largo de vacaciones de verano, varios puentes y los fines de semana. El tiempo libre ha sido en parte producto de las luchas sindicales. Con el desarrollo de la revolución industrial, y la lucha sindical por jornadas de trabajo cada vez más reducidas y sueldos dignos, se ha ido, progresivamente, proporcionando tiempo libre a una gran parte de la población, y han mejorado los niveles de vida de los trabajadores en los países desarrollados, que llevan a concreciones que Lickorish, L., y Jenkins, C. (2000), resumen como:

- Reducción de la semana media de trabajo,
- Reducción del año medio de trabajo,
- Reducción de la vida media de trabajo.

Estas reducciones adquieren un valor extraordinario para la demanda de turismo, porque en la medida que la población se jubila con superiores niveles de salud, derechos a pensión, existe mayor cantidad de personas que posen *tiempo, salud, dinero y vocación* para viajar.

Es clara y evidente la relación que existe entre la renta y el consumo turístico. *El crecimiento de la economía mundial y, en particular, de los países más desarrollados...el incremento de las rentas familiares, del nivel de vida de la población, que ha permitido un aumento de la capacidad de gasto y el que parte de este se oriente al consumo de productos de ocio y turismo* (Vera J., López P., Marchena M., Antón S., 1997,17). Del mismo modo, *El determinante económico principal de la demanda para el turista potencial es la disponibilidad de un nivel suficiente de renta* (Lickorish, L.; Jenkins, C., 2000, 73).

### **3.1.2 Cambios en las tecnologías, las comunicaciones y el transporte: el mundo más cerca**

El turismo de mediados o fines del siglo XIX era un turismo de elites acomodadas, burgueses ricos que disponían de fortunas y tiempo para hacer sus viajes en barcos a vapor que duraban semanas y tenían precios inaccesibles para la gran población. Si el turismo estaba llamado a ser una gran actividad económica, ello solo sería posible si podía expandirse masivamente su clientela para incluir a millones de trabajadores asalariados. Por este motivo, ha sido fundamental para la expansión del turismo contar, a partir de mediados de los 50, con tecnologías que permitieran transportar contingentes numerosos, en poco tiempo y a costes accesibles a una clientela amplia y en expansión. Medio siglo después, el resultado es impresionante: existe una amplia accesibilidad a, prácticamente, cualquier rincón del mundo (por lo menos, accesibilidad física, que no tanta accesibilidad cultural o económica). El cambio tecnológico operado no solo mejoró sustancialmente el confort, la rapidez, la seguridad y la información que acerca del transporte se puede ofrecer al turista, sino también la acogida, la comercialización, la comunicación y la posibilidad de desarrollar de forma completa la experiencia turística.

Por otro lado, a partir de los años 60 comienza un proceso de cambio en las tecnologías de información y en las telecomunicaciones, que impactó fuertemente en el sector turismo, y que adquiere un carácter masivo en la actualidad, permitiendo y estimulando la internacionalización de los servicios y el contacto directo entre los productores de servicios turísticos y los clientes, disminuyendo la importancia de intermediarios clásicos tales como operadores turísticos y agentes de viajes.

Para Valls, J. (1996), la información que fluye a través de los medios de comunicación es objetiva, exhaustiva, instantánea y completa. La innovación en las comunicaciones ha permitido ampliar el campo de los destinos turísticos por el impacto de la publicidad (difusión de imágenes reales de espacios turístico y creación de imágenes subjetivas), y por la conformación de una modalidad de comercialización turística como actividad económica que ha cambiado la organización tradicional (individual, artesanal, decimonónica) de los viajes (*marketing* turístico, estructura de las agencias de viajes, público masivo, etc.). Al respecto Lickorish, L., Jenkis C. (2000) dice *Uno de los factores motivacionales en turismo es la promoción dirigida al turista potencial. Hay una plétora de material publicitario, general y específico, que se ha convertido en una forma de arte relativamente bien desarrollada* (Lickorish, L., Jenkis C., 2000, 80).

Además de generar el deseo (o sea, la demanda potencial), la innovación en tecnologías de la información permite gestionar el viaje: comprar el pasaje, hacer reservas de alojamientos, autos de alquiler, entradas a los espectáculos, galerías, museos, visitar la ciudad con mapas digitalizados, ver la ciudad en tiempo real, etc. No obstante, García Ballesteros, A. (1998) dice que *Respecto a la venta a través de Internet, el comercio electrónico (el e-business) en su sentido más amplio, permite transacciones comerciales en tiempo real y liberaliza el comercio mundial de bienes y servicios. Pero solo es accesible a unos lugares y sectores sociales muy específicos* (García Ballesteros, A., 1998, 59).

### **3.1.3 Cambio cultural: nueva valoración del consumo y el ocio**

La sociedad postmoderna presenta un factor de cambio fundamental: la mayor *valoración cultural y social* del consumo y del ocio, porque si bien el consumo, y más precisamente el consumo turístico, requiere de la existencia de ciertas condiciones básicas, tales como la disponibilidad de tiempo libre y de dinero suficiente, y, como se ha visto, es a su vez facilitado por las nuevas tecnologías, también se requiere que este nuevo consumo sea valorado por la sociedad. Porque para que el consumo sea una actividad económica importante no solo debe ser *factible* en términos concretos: debe también ser socialmente *valioso*. Y la sociedad postmoderna y global ha generado un incremento de la importancia económica y *valorativa* del consumo: el determinante mayor de la producción de riqueza de un país es el consumo, que ha desplazado a la producción. *Trabajos desde ópticas diferentes como los de Baudrillard (sobre todo su clásica obra sobre la sociedad de consumo de 1970, así como sus reformulaciones posteriores) o Jameson (1991), han reforzado la idea de que a finales del siglo XX estamos en una etapa del capitalismo de consumo en consonancia con una sociedad post-industrial y postmoderna...* (García Ballesteros, A., 2000, 32).

Pero el cambio en el consumo que se opera en la postmodernidad no es solo un incremento numérico, cuantitativo: incluye una modificación cualitativa. No es solo que se consume más, sino que además lo que antes se consideraba suntuario, hoy es imprescindible. *En efecto, desde comienzos del siglo XX la sociedad del bienestar desarrolla el llamado consumo de masas que extiende el deseo de satisfacer necesidades antes consideradas como secundarias, a todos los segmentos de la sociedad... El consumo de bienes materiales e inmateriales ha estado siempre presente a lo largo de la historia de la humanidad, ya que los seres humanos han tenido que satisfacer una serie de necesidades diversas y cambiantes. Pero... en la sociedad de la opulencia... (Galbraith, 1958) las que distan mucho de ser de primera necesidad, aunque puedan ser sentidas como tales, en un proceso que Albou (1976), definió como*

*el paso de la necesidad-aspiración a la necesidad-obligación* (García Ballesteros, A., 2000, 30-31).

Pero, ¿Por qué la cultura postmoderna valora el consumo? ¿Por qué se considera que consumir es bueno, o por lo menos agradable y deseable? La respuesta está en la necesidad de satisfacciones rápidas o inmediatas que impone la cultura postmoderna: el consumo las calma. El consumo es fuente de satisfacción de nuevas necesidades *simbólicas*, que exceden lo estrictamente práctico del intercambio material: esta es la base y la expresión de la importancia valorativa actual del consumo, mayor que nunca antes. Para Hannigan, J. (1998), el consumidor de la *generación X* es un personaje hedonista que goza de un alto poder adquisitivo y que busca espectáculo en cada una de las actividades que desarrolla en su cada vez más dilatado tiempo libre.

Por otra parte, el consumo es a su vez elemento estratificador y diferenciador social: se es lo que se consume, y, en especial, *lo que los otros pueden ver* que se consume. La gente muestra a los demás que consume, y desea ser vista, y observa a otros (a veces de hurtadillas, a veces abiertamente), en el acto de consumir. Consumir es origen de vanidades y envidias, de celos, enemistades y competencias. ... *el valor simbólico del consumo actúa como diferenciador de clases sociales,... o al menos como definidor de posiciones sociales y estilos de vida, siendo por tanto un buen indicador a la hora de estudiar las exclusiones sociales* (García Ballesteros, A., 2000, 34)... *la jerarquía y estratificación de la sociedad están cada vez mas ligadas a la desigual capacidad de consumo de sus miembros...* (García Ballesteros, A., 1998, 57).

*La valoración social creciente del consumo, ha llevado a la aparición constante de nuevos grupos de consumidores, y consiguientemente al estudio de sus preferencias, hábitos, estilos de vida, para acercarlos un producto o servicio por el cual sienta una necesidad de adquirirlo o consumirlo. Se trata de los estudios de mercados, de la aplicación del marketing... al pasar los objetos de tener un valor de uso a un valor de cambio, se pueden asociar a elementos culturales, hecho que la publicidad explora para crear nuevas necesidades* (García Ballesteros, A., 2000, 33).

Existen nuevos grupos de consumidores: ... *los dinkis, padres sin hijos con dos salarios y que posteriormente al tener hijos se transforman en los thirtysomething. ... los grupos de consumidores emergentes por su preocupación medioambiental, los llamados verdes...* (García Ballesteros, A., 2000, 42).

*Se pueden mencionar más grupos emergentes, tales como las personas que se jubilan anticipadamente de empleos bien remunerados o con contratos blindados y que al recibir una buena indemnización en la etapa vital de adulto viejo, tienen grandes posibilidades de satisfacción de sus necesidades o aspiraciones aplazadas: las parejas en etapa de nido vacío, los adultos viejos con alta capacidad de gasto, etc. ... categorías de consumidores cada vez más complejas que generan en muchos casos nichos sociales y espaciales de consumo. Así los gay o el comercio étnico, que colonizan calles enteras en muchas ciudades, o la llamada generación MTV, compuesta por adolescentes y jóvenes en torno a los veinte años que comen, visten, y se comportan de la misma forma en todos los países... (García Ballesteros, A., 2000, 43).*

Además del consumo, la sociedad postmoderna acrecienta el valor del ocio: una nueva sociedad en la que el bienestar y el tiempo libre constituyen los factores centrales de su organización y su funcionamiento. Por eso, las ofertas en relación al ocio y al turismo se han diversificado, y hay una relación evidente entre ocio, vacaciones y turismo. Al igual que el tiempo libre es la condición imprescindible para el desarrollo del ocio, las vacaciones son necesarias para que haya turismo. El turismo es una respuesta específica a la pregunta de qué hacer en vacaciones, y ambas se constituyen como formas modernas de ocio. Pero si bien existe un aumento en la disponibilidad del tiempo libre, su aprovechamiento en actividades como el turismo se relaciona con otros factores tales como la valoración positiva que ha ido adquiriendo esta actividad, novedosa valoración positiva se expresa en la conversión actual de la vacación y del viaje turístico, antes deseo suntuario, en *casi* una necesidad básica. Este hecho obedece a las distintas razones psicosociales del desarrollo turístico: el aumento y la creciente expansión de la cultura, que incita al deseo de viajar para conocer otros países y otras personas; el descanso en un marco espacial diferente a aquel en que se desenvuelve la vida cotidiana, sometido a una creciente degradación ambiental, etc.

Aunque el ocio sin duda es una dimensión humana presente en todas las épocas, tal como lo conocemos en la actualidad es un fenómeno exclusivamente moderno, y ha pasado a ser una esfera significativa de la vida privada, que implica también una planificación personal acerca de cómo ocupar el tiempo y gastar el dinero: o sea, incluye una decisión de compra, que se integra en pautas de ocio, que a su vez conforman estilos de vida, en conexión con otras prácticas culturales.

El desarrollo de lo que se ha dado en llamar "la cultura del ocio" tiene su explicación en la noción de *estilo de vida* en las sociedades postmodernas: las maneras en que los individuos organizan sus vidas personales (*estilo de vida*), representan una nueva forma social diferenciadora que en ciertos aspectos moldea la sociedad de manera más relevante que la propia estructura de clases. A esto se refiere el concepto de *habitus* de Bourdieu, J. (1972): *El habitus se define como un sistema... que integran todas las experiencias pasadas, y funciona en cada momento como matriz estructurante de las percepciones, las apreciaciones y las acciones de los agentes...* (Bourdieu, J., 1972, 178).

La manera, entonces, como se moldea la sociedad actual está más relacionada con las preferencias personales concretas acerca de cómo abordar la vida cotidiana, o, dicho de otra manera, con estilos de vida, que con la tradicional estructura de clases sociales. En acuerdo con ello, lo que se ha dado en llamar *la cultura del ocio* es la integración en el marco de esas preferencias personales o estilos de vida de las prácticas turísticas y otras pautas de ocio, y su conexión con otras prácticas culturales, una integración cada vez mayor en la lógica de la sociedad de consumo.

Habiendo aclarado la creciente valoración postmoderna del *consumo* y del *ocio*, ¿qué *relaciones* existen entre el consumo y el ocio? El *tiempo libre*, es en gran parte un tiempo de *consumo*. Este campo de actividades es, en efecto, cada día más importante económicamente y ha dado lugar, en los últimos años, a la creación de un verdadero mercado del ocio, cuya dimensión económica es esencial, sobre todo en el turismo, que se ve afectados por la internacionalización de los intercambios y la competitividad entre los diversos países a escala mundial.

### **3.1.4 Cambios en el rol del Estado**

El turismo ha pasado de ser una actividad marginal, una cuestión suntuaria de una elite acomodada, que poco podía hacer por un país, más allá de dejar algún ingreso fiscal, a ser una actividad que puede dejar beneficios económicos, políticos, sociales, creación de puestos de trabajo, etc., y que puede a llegar a cambiar la matriz productiva: ciudades, regiones, e incluso países enteros, tienen hoy al turismo como su principal medio de vida. En consecuencia, el rol del estado también cambió: de solo un control superficial, o una fiscalización menor, a una intervención directa en inversiones, infraestructura, planificación, promoción, etc.

Los cambios en la cultura que llevaron a la valorización del consumo, el ocio y el turismo que se acaban de mencionar, y la consiguiente expansión mundial de la actividad, indujeron a los gobiernos a tomar nota y posicionarse frente a este nuevo fenómeno.

Esta realidad del turismo ha llevado a una aceptación creciente de su importancia económica y simbólica, además de percibir sus beneficios económicos, sociales, culturales, patrimoniales, medioambientales, etc. *Las pautas de consumo más recientes muestran que el turismo no es ya una actividad marginal, sino que ha adquirido carácter estructural ... la actividad de ocio, en la que hay que incluir el viaje turístico, constituye una función básica ... En los países más avanzados se puede decir que se ya se vive, se presume, esta sociedad del ocio, o se ve inminente, hasta el punto de que cada vez existe una mayor preocupación por enseñar a las actuales y futuras generaciones a utilizar el tiempo libre, y, en definitiva, existe una preocupación por el magisterio del ocio* (Vera J., López P., Marchena M., Antón S., 1997,17).

La posición general de los gobiernos ha sido de apoyo, estímulo, e intervención, aunque el modo de intervención concreta puede haber variado según épocas, países y regímenes políticos, como señalan Lickorish, L., y Jenkis, C. (2000) *En los últimos tiempos un grupo de expertos ha abordado la tarea de definir el papel del estado en materia turística. Dichas definiciones tienen diferencias entre sí, ya que reflejan la línea de pensamiento de cada época concreta. Sin embargo, sea cual sea el sistema político o las actitudes cambiantes con respecto a la orientación del mercado, el papel del estado se hace indispensable para el éxito del desarrollo turístico* (Lickorish, L., Jenkis, C., 2000, 219).

A su vez, las modalidades que adopte la intervención pueden obedecer a diferentes motivos: *Los factores económicos estarán, sin embargo, en una posición destacada. Estos incluyen los ingresos en divisas, que son cada vez mayores, la recaudación por impuestos, la tasa de empleo, la diversificación económica, el desarrollo regional y el estímulo de las inversiones no turísticas. Las responsabilidades sociales, culturales y medioambientales también pueden llevar a la intervención del gobierno, ya que estos aspectos conllevan consideraciones políticas. El estado también puede desempeñar el papel de propietario de terrenos o de gestor de recursos* (Pearce, P., 1982, 6).

Un rol que toca indudablemente al estado es la preparación de un terreno adecuado para el crecimiento de la actividad turística: *Estas modificaciones del entorno internacional han impulsado los flujos de capital multinacional, lo que, a su vez, ha estimulado los flujos de viajes. ... De esta manera, una parte de los ingresos obtenido por los turistas en su lugar de origen se transfieren a otras economías locales,*

*generando riqueza en el destino. ... Al abrigo de este flujo internacional creciente, los gobiernos y las sociedades de la mayoría de los países están incentivando fuertemente la estructuración, comercialización y comunicación de los productos y de los destinos turísticos competitivos, a fin de participar en el reparto internacional del nuevo negocio* (Valls, J., 1996, 32).

La necesidad de articular políticas entre países, llevó a la creación de la Unión Internacional de Organismos Oficiales de Turismo, en Londres en 1946. El trabajo de esta entidad, vinculado progresivamente a la Organización de Naciones Unidas (ONU), fructificó en la creación de la Organización Mundial del Turismo (OMT), cuyos estatutos se aprobaron en 1970. En 2003 ingresó en la Organización de Naciones Unidas (ONU) como una Agencia Especializada. La OMT ha colaborado con el desarrollo del turismo, fundamentalmente con una labor de asesoramiento a los gobiernos, cuyos lineamientos fueron cambiando según las épocas y los desafíos del sector.

Por ejemplo, entre 1975 y 1985, el énfasis del mensaje estuvo puesto en la promoción del derecho a las vacaciones. Luego, en la década de los 90, se fomentó el turismo como fuente de creación de empleo y se destacó la importancia de incluir al sector privado en las políticas de turismo.

Las líneas de trabajo actuales de la OMT están orientadas a advertir sobre los efectos negativos del desarrollo turístico, tales como la sobreexplotación de recursos, y en promover la introducción de las nuevas tecnologías. Por otra parte, la OMT desarrolla actividades de investigación sobre temas específicos y lleva registros estadísticos de importancia. La OMT también tiene una función rectora para uniformar los sistemas nacionales y privados de información, a partir de la definición de términos básicos, tales como los de *turismo* y *turista*. Para la OMT *El turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocios y otros* (Organización Mundial del Turismo, 1994, 44).

Esta es una definición clara, pero a su vez, amplia, y también flexible, en la que se destacan algunas características importantes de esta actividad, tales como los motivos del viaje, una limitación en el tiempo, la delimitación de la actividad desarrollada antes y durante el período de la estancia, y la localización de la actividad turística como la actividad realizada *fuera de su entorno habitual*.



### 3.2 La ciudad como escenario del turismo y el consumo

En el acápite anterior se han expuesto los cambios que llevaron a la gran expansión de turismo de las últimas décadas, desarrollando las causas principales de esos cambios. Ahora bien, estos factores operaron a un nivel, si se quiere, *general*: fueron afectados por ellos todas las *modalidades* del turismo (individual, familiar, grupal, social o comunitario), todos los *destinos* (África, Asia, Europa, América, la ciudad y el campo), todos los *atractivos* (la playa y la nieve, la cultura y el deporte, los juegos de azar, parques temáticos, centros comerciales y el arte), todos los *turistas* (los trabajadores y los banqueros, los profesionales independientes y los asalariados).

Sin embargo, algunos factores ejercieron un impacto mayor, o hasta casi con exclusividad, en *determinadas* actividades o destinos. Por ejemplo, el desarrollo de la aeronáutica comercial a fines de los años 50 impactó especialmente sobre el turismo a largas distancias. Otros factores actuaron específicamente sobre la *ciudad*, y la llevaron a que, tal como se presenta en la actualidad, tenga un gran poder de atracción como escenario del ocio, el turismo y el consumo. Judd, D., (1999) sostiene que ... *la gran ciudad ha asumido el status de exótica. El turismo moderno ya no está centrado en los monumentos históricos, las salas de concierto o los museos, sino en la escena urbana, o más precisamente, en alguna versión de la escena urbana adecuada para el turismo... compuesta por un calidoscopio de experiencias y espacios orientados al trabajo, consumo, ocio y entretenimiento* (Judd, D., 1999, 57).

Las ciudades son un factor clave del crecimiento del turismo, que se beneficia del desarrollo de la industria de aviación y de la inversión en infraestructuras y edificios icónicos. Para Carreras i Verdaguer, C. (1995) la ciudad es el escenario ideal del consumo en general y del turismo y el ocio en particular (Carreras i Verdaguer, C., 1995, 74).

En relación a este *ser el escenario ideal*, ¿desde qué punto de vista lo es? Si se analiza desde los *principios*, desde lo que *debería ser*, ¿son ideales las ciudades porque son exactamente lo que *deberían ser*? No se abordará aquí esta cuestión, que se deja solamente planteada, porque su respuesta pertenece estrictamente a la *moral*, lo *ético*, lo *axiológico* o *valorativo*. Si se lo analiza desde los *finés* o desde los *resultados* (por ejemplo, económicos), o sea, desde un punto de vista *pragmático*, ¿las ciudades son ideales porque los resultados que se obtienen son los que se esperaban? Se verán más adelante esos resultados, por lo menos en parte.

Pero analizando desde un punto de vista equidistante de los anteriores, desde el punto de vista de los *medios*, o sea, desde lo *operativo* ¿Qué características organizativas tienen las ciudades actuales? ¿Por qué es ese escenario ideal? ¿Qué necesita una ciudad para ser turística?

Las ciudades ya tienen una serie de requerimientos básicos para servir con agrado a sus propios vecinos. Pero se plantea una serie de requerimientos, exigencias o determinantes extraordinarios que una ciudad debería cubrir, o tendería a satisfacer para poder recibir turismo, que son planteados desde las necesidades de los turistas, y para satisfacer una *experiencia turística*, novedoso concepto del que se trata más abajo.

Esas necesidades de los turistas varían en relación con los determinantes de su perfil, tales como estilos de vida, edad, nivel cultural, etc., y también según el tipo de destino de ciudad.

Pero hay una serie de *requisitos básicos*, imprescindibles, que componen la siguiente enumeración, basada en Fernández Guell, J. (2000):

- *Calidad y diversidad de atractivos turísticos. Las atracciones son el componente que pone en marcha la actividad turística al motivar el viaje.*
- *Disponibilidad y calidad de servicios turísticos. Los servicios turísticos tienen la función de satisfacer las necesidades de los turistas durante su estancia en una ciudad. Se entiende por servicios turísticos, el alojamiento, los servicios de gastronomía, agencias de viajes, centros de recreos, instalaciones deportivas, los comercios, etc.*
- *Oferta adecuada de infraestructura básica. Incluyen el abastecimiento y la depuración de agua, manejo de residuos sólidos, suministro eléctrico, servicio telefónico, etc.*
- *Eficientes sistemas de transporte. Los medios de transporte que hacen posible el traslado entre los mercados de origen y la ciudad de destino. La afluencia de visitantes se verá facilitada por un buen funcionamiento, frecuencia y coste competitivo.*
- *Existencia de sistemas de información y dirección. Todo aquello que ayude a difundir información y direcciones relacionadas con el turismo.*
- *Desarrollo de programas de comercialización y promoción. Su misión es vender el producto turístico, y tienen que ir dirigidos a los segmentos del mercado emisores de turistas.*
- *Disponibilidad de recursos humanos cualificados. Formación de personal encargado de los servicios turísticos.*

- *Acogida local hacia el visitante. Un factor importante de la experiencia turística es la actitud receptiva y amable de la población local hacia los visitantes (Fernández Guell, J., 2000, 140).*

Si bien estos son los requerimientos generales, los que marcan la diferencia de competitividad de una ciudad a otra, es la existencia de una *infraestructura específicamente turística*, como espigones, sendas, calles peatonales, miradores, transporte turístico en la ciudad (desde autobuses turísticos, sistemas de *transfers*, aerosillas, bici-vías, etc.), programaciones especiales, eventos y actividades culturales y deportivas a lo largo del año. Para que esos factores influyentes o determinantes se concreten en la elección de una ciudad como destino del viaje, tiene una gran importancia el *contexto* en el que se encuentre la ciudad ya se trate de factores políticos, económicos, ambientales, de seguridad, etc.

En otro plano, para que una ciudad sea exitosa como destino turístico, también debe cubrir el requisito de representar de algún modo el *consumo del simbolismo*. Es en este punto que juegan un papel muy importante las campañas de *marketing* en pos de lograr un posicionamiento en el mercado turístico, puesto que las *modas* actúan de factor influyentes en la elección del destino.

### **3.2.1 El consumo y el turismo**

Ahora bien, las ciudades que deciden tener entre sus usuarios al turista, tienen en cuenta las características del *consumo turístico*, que presenta una evolución en relación con la concepción imperante hace solo unos años, cuando al hablar de *la oferta turística* se la consideraba limitada a hoteles, restaurantes, atracciones turísticas, medios de transporte, etc. Esta visión ha cambiado, y la *oferta turística* está orientada a *todas* las necesidades de los turistas, y no solo a las básicas, tales como alojarse, alimentarse, transportarse, etc.

El turista urbano actual también tiene la *necesidad simbólica* de consumir, necesidad creada por la cultura postmoderna, como ya se mencionó en el capítulo 1. Y por lo tanto, todo desarrollo turístico en la ciudad se hace teniendo en cuenta *todas las necesidades* de unos consumidores potenciales, según los principios del *marketing*. Esta orientación entiende que los turistas son consumidores de un producto denominado *experiencia turística* y, por lo tanto, se presta una mayor atención a los beneficios y satisfacciones que recibe el visitante.

Según Fernández Guell, J. (2000), en el proceso de consumo de la *experiencia turística* se pueden distinguir cuatro fases: *análisis de las diferentes ofertas, elección de una oferta, participación en la experiencia turística, evaluación de la experiencia turística* (Fernández Guell, J., 2000, 138).

Por su parte, Bigne Alcañiz E., Font Aulet X., Andreu Simó L. (2000), y Valls J. (1996), mencionan una fase anterior a la decisión de búsqueda de información, que es el momento del *reconocimiento del deseo*.

Así se pueden sintetizar las fases del *consumo de la experiencia turística* propuestas por los diferentes autores, de la siguiente manera:

- Reconocimiento del deseo: es el reconocimiento a un problema, necesidad u oportunidad. En el caso del turismo se trata del deseo de viajar.
- Búsqueda de alternativas: el turista potencial se informa sobre los posibles destinos. Esta búsqueda se realiza en agencias de viajes, *tour-operadores*, oficinas de turismo, e *Internet*, medio a través del que, además, puede vincularse con personas que han conocido la experiencia de ese destino, o que viven en la ciudad de destino.
- Evaluación de las alternativas, análisis de las diferentes ofertas: el turista, como consumidor, realiza un análisis de las características de la oferta de la ciudad que va a visitar, la relación precio-calidad, etc.
- Elección de una oferta y decisión de compra: el turista potencial elige entre varias alternativas y decide la compra, decisión en la que intervienen los diversos factores ya mencionados.
- Consumo, participación en la *experiencia turística*: este *consumo* implica el viaje al destino, las visitas a las atracciones turísticas, la utilización de los alojamientos y demás servicios, el uso de las infraestructuras y medios de transporte y el aprovechamiento de los sistemas de información.
- Evaluación de la experiencia: el turista percibe satisfacción o insatisfacción por el uso del producto / servicio. Su nivel de satisfacción se fundamenta en la distancia existente entre sus expectativas y el valor percibido del destino.

Acerenza, M. (1993); Fernández Guel, J. (2000), Bigne Alcañiz E., Font Aulet X., Andreu Simó, L. (2000); Valls, J. (1996), expresan que, si este proceso de consumo ofrece claras similitudes con otros procesos típicos de consumo, también ofrece tres diferencias sustanciales que no pueden dejar de mencionarse:

- el bien demandado, es decir la *experiencia turística*, es intangible,
- no hay una tasa de retorno material a la inversión efectuada por el turista,

- la evaluación del producto consumido está en función, entre otros, de factores psíquicos, que dependen de las características particulares de cada consumidor.

La ciudad genera una relación dialéctica entre oferta y demanda, que, por un lado, es una oferta que *responde* a una demanda, y por otro, es también una oferta que *genera y modela* esa demanda. El conjunto de bienes de consumo que demandan los turistas tienen una cierta similitud en todas las ciudades.

Judd, D. (1999) sostiene que se puede esperar que los turistas demanden lo mismo, e incluso, que tiendan a reproducir ambientes urbanos similares, dondequiera que vayan. Esta afirmación de Judd no es difícil de comprobar: por lo menos desde el punto de vista de la oferta, en diferentes ciudades se ofertan los mismos bienes (o similares): *Nueva York y el Soho de Londres, así como los distritos de bodegas industriales en todas partes, han sido invadidos por una predecible combinación de tiendas temáticas. La cocina étnica no sólo ha sido internacionalizada, sino además fetichizada, de modo que las mismas variedades de nouvelle cuisine étnica pueden ser encontradas en casi cualquier ciudad. Este desarrollo sugiere que la cultura globalizada del consumo opulento puede eventualmente reducir todas las ciudades a una monocultura monótona* (Judd, D., 1999, 59).

Para Vera J., López P., Marchena M., Antón S. (1997), la ciudad como espacio de integración de productos turísticos responde al interés creciente de la población por las cuestiones culturales y a la intensificación de las prácticas del uso múltiple del espacio. Además, según autores como Urry, J. (1990), y Cazes, G. (1998), el fuerte incremento de esta modalidad de turismo no puede desvincularse del desarrollo de formas postmodernas de turismo.

Según Cazes, G. (1998), tres grandes tendencias están impulsando el turismo en la ciudad: el desarrollo de la movilidad recreativa y, en particular, del turismo de corta duración; la atracción que suponen los recursos culturales y patrimoniales; y la regeneración del paisaje urbano, de su imagen y su atractivo, especialmente en las ciudades de antigua industrialización.

Améndola, G. (2000) dice que la regeneración se desarrolla en el contexto de la emergencia de una ciudad postmoderna en la cual se inscriben las exigencias del consumo pero también de la identidad, de la seducción y de la puesta en escena y la imagen.

### 3.2.2 Los espacios del turismo en la ciudad

Aún en las ciudades de mayor actividad turística, no *toda* la ciudad se dedica al turismo: hay espacios para el trabajo y para la recreación, para el estudio y para las compras, para los trámites y los compromisos sociales, para el deporte y el paseo, que son utilizados solo, o casi exclusivamente, por los vecinos.

Interesa ahora explorar, definir, caracterizar los espacios de la ciudad que están directamente vinculados a la actividad turística.

Las *prácticas turísticas* que pueden realizarse en una ciudad son múltiples, pero de ellas se puede hacer una tipología sencilla, como la que se presenta a continuación, creada por el equipo de investigación *tourisme-developpement* de la Université de Paris, que si bien puede no ser capaz de contener a *todas* las posibles actividades de los turistas en las ciudades, es muy adecuada a los efectos de analizar los *espacios* específicos de la ciudad que están relacionados con el turismo (Vera J., López P., Marchena M., Antón S., 1997):

- *Actividades Culturales* (basadas en la visita, recreativa o didáctica, a monumentos, iglesias, museos y exposiciones y en la inmersión en los centros históricos, la vida cultural y la atmósfera de la ciudad).
- *Actividades Recreativas* (que pueden incluir compras, entretenimiento, gastronomía, asistencia a festivales, eventos y manifestaciones artísticas o vida nocturna).
- *Actividades Profesionales* (congresos, coloquios, seminarios, ferias, exposiciones, reuniones, visitas a clientes y estancias de formación).

A continuación se abordan, entonces, los diferentes espacios que la ciudad destina al turismo, presentados de acuerdo a esa tipología de las *prácticas* o *actividades*, a los que se le sumarán los que se vinculan con los servicios turísticos, y dos tipos particulares de espacios: los *enclaves*, y los espacios *excluidos* que en ciertas ciudades terminan siendo *incluidos*.

En resumen, a continuación se tratará sobre el espacio turístico de la ciudad, bajo los siguientes títulos:

- El espacio de las actividades culturales,
- El espacio de las actividades recreativas,
- El espacio de las actividades profesionales,
- El espacio de los servicios turísticos,
- Los enclaves turísticos,
- Los espacios excluidos (pero incluidos).

## ***El espacio de las actividades culturales***

Una de las características de las ciudades como escenario del ocio, el turismo y el consumo, es la valorización de su patrimonio cultural. Consecuentemente con ello, se han creado, ampliado, mejorado, reciclado, rehabilitado, una gran cantidad de espacios urbanos, tales como antiguas instalaciones portuarias, industriales, militares, etc., en desuso, nuevos espacios al aire libre, museos, centros de interpretación, etc.

Este nuevo interés por el patrimonio, y la asignación de espacios como muestra de ese interés, es el resultado de una serie de cambios en la *concepción* del patrimonio, manifestados básicamente por dos tendencias, independientes entre sí, pero simultáneas y, finalmente, confluentes:

- una ampliación de lo que se entiende por *patrimonio*, desde considerase como patrimonio a solo sus expresiones materiales, a una concepción que incluye la expresión inmaterial de la cultura; y
- el cambio desde una visión de *anticuario, conservadorística* del patrimonio, a una del patrimonio como *recurso*, apto para ser consumido, y generador de beneficios económicos, culturales, sociales, etc.

Hasta hace poco tiempo, se consideraba como patrimonio cultural solo a su dimensión material, dado que, como expresa Améndola, G. (2000),... *la ciudad vive en el imaginario colectivo a través de sus monumentos* (Améndola, G., 2000, 289).

Sin embargo, en los últimos tiempos este concepto se amplía, incluyendo ahora su dimensión inmaterial, por ejemplo, la importancia otorgada a la *heredad* como ha sido expuesto en el capítulo 1, y también las expresiones culturales. Así, Vera J., López P., Marchena M., Antón S. (1997), consideran a ... *la ciudad como espacio donde interpretar el tiempo y la historia a través de sus calles, sus hitos y sus nodos*. (Vera J., López P., Marchena M., Antón S., 1997, 160). Y en el mismo sentido, Capel, H. (1996) dice que *Sin duda, el patrimonio, se relaciona no solo con lo utilitario, sino también con las identidades culturales y con la memoria colectiva* (Capel, H., 1996, 41).

Otros autores siguen la misma línea, por ejemplo Valenzuela Rubio, M. (2003) que sostiene que *Un extraordinario ensanchamiento del concepto de patrimonio ha venido de la mano del descubrimiento y valorización real o inminente; cabría aun ampliar su cobertura a todo tipo de respuestas aportadas en el pasado a las necesidades de la vida cotidiana de los individuos, las familias o las colectividades ... a los clásicos atractivos monumentales y museísticos se han venido a unir otros muchos componentes de la herencia cultural...festivales..., exposiciones conmemorativas ..., fabulaciones literarias, hallazgos arqueológicos e incluso grandes obras de ingeniería... al turista de itinerario le fascina cuanto lleva la marca de "único" o "excepcional" en el*

*patrimonio cultural* (Valenzuela Rubio, M., 2003, 403-404). Y para Marchena, M. (1995)... *las señas de identidad de su patrimonio histórico y cultural, se manifiestan en monumentos, ambiente urbano, exposiciones y fiestas,...eventos.* (Marchena, M., 1995, 10) ... *por herencia histórica se debe entender no solo un conjunto inventariado de monumentos y edificios significativos aislados sino, sobre todo, un medio ambiente singular, que testimonie su identidad histórica y cultural a través de la relación dialéctica que se produce entre sus componentes* (Valenzuela Rubio, M., 2003, 403-404).

*Porque finalmente,... el patrimonio confiere al destino turístico un aire de distinción y respetabilidad* (Prast, L., 1997, 43), y, por lo tanto, actualmente, siguiendo la clasificación propuesta por la UNESCO, se ubica a los diversos componentes del patrimonio cultural en una de dos clases básicas: la del *patrimonio material* y la del *patrimonio inmaterial*.

Por **patrimonio material** se entiende a todos aquellos aspectos de la cultura que se expresan en objetos tangibles, *muebles* (móviles, no fijados a la tierra) o *inmuebles* (inmóviles, fijados a la tierra), de los que existen diferentes expresiones del patrimonio cultural material, y que pueden agruparse de la siguiente manera:

- Monumentos
- Conjuntos
- Lugares

Dentro de los **monumentos**, se incluyen obras arquitectónicas, de escultura o de pintura monumental, elementos o estructuras de carácter arqueológico, inscripciones, cavernas y grupos de elementos, que tengan un valor desde el punto de vista de la historia, del arte o la ciencia.

Los **conjuntos** son grupos de construcciones, aisladas o reunidas, cuya arquitectura, unidad e integración en el paisaje les dé un valor desde el punto de vista de la historia, del arte o de la ciencia.

Los **lugares** son obras del hombre u obras conjuntas del hombre y la naturaleza, así como las zonas (incluidos los lugares arqueológicos) que tengan un valor desde el punto de vista histórico, estético, etnológico o antropológico.

El **patrimonio cultural inmaterial** es el conjunto de usos, representaciones, expresiones, conocimientos y técnicas junto con los instrumentos, objetos, artefactos y espacios culturales que les son inherentes-que las comunidades, los grupos y en algunos casos los individuos reconozcan como parte integrante de su patrimonio cultural.



Este patrimonio cultural inmaterial, que se transmite de generación en generación, es recreado constantemente por las comunidades y grupos en función de su entorno, su interacción con la naturaleza y su historia, infundiéndoles un sentimiento de identidad y continuidad y contribuyendo así a promover el respeto de la diversidad cultural y la creatividad humana.

De lo dicho se deduce que el patrimonio inmaterial comprende:

- Las *prácticas, representaciones y expresiones*, los conocimientos y las técnicas que procuran un sentimiento de identidad y continuidad a las comunidades, los grupos e individuos;
- Los *instrumentos, objetos, “artefactos” y espacios* culturales asociados a esas prácticas.

Las principales expresiones del patrimonio cultural inmaterial son:

- Las tradiciones y expresiones orales, incluido el idioma;
- Las artes del espectáculo;
- Los usos sociales, rituales y actos festivos;
- Los conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo;
- Las técnicas artesanales tradicionales.

Entre los geógrafos actuales predomina una concepción amplia, holística, del concepto de *patrimonio urbano*, al que casi identifican como *medio ambiente urbano*, que presenta señas de identidad singular, propia de cada asentamiento. Por ejemplo, Lara Valle, J. (2002) sostiene que *En la actualidad existe el consenso de que el concepto de patrimonio debe ser ampliado, debe abarcar tanto el monumentalismo como el medio ambiente urbano, a las ciudades históricas como a las poblaciones de menor entidad* (Lara Valle, J. 2002, 404). Y Capel, H. (1996) dice que *Frente a la tradicional identificación del patrimonio histórico-artístico con el patrimonio monumental y con edificios singulares aislados, hoy son los conjuntos lo que valora, incluyendo en ello incluso edificios modestos que han de protegerse por su contribución al paisaje global* (Capel, H., 1996, 39). *El medio urbano está constituido por la integración de una serie de factores físicos y sociales en la que se insertan los individuos como parte integrante del propio medio, en una relación dialéctica de acciones y reacciones reciprocas* (Brandis, D., Del Rio I., 1995, 158).

Ballart, J. (1997), propone un modelo tridimensional de categorización del patrimonio, distinguiendo entre valor de uso, valor formal y valor simbólico-significativo.

El valor de uso de un objeto estaría dado por la utilidad del mismo en los diferentes ámbitos de recepción; su valor formal, lo otorga el interés que las particularidades intrínsecas del objeto despiertan en quienes lo observan, y en valor simbólico, supone que los objetos patrimoniales median en la relación entre las sociedades del pasado y el presente. Pero siempre dentro de su contexto social y económico.

O sea, que en la evolución de su concepción, al patrimonio se lo percibe (y se lo emplea cada vez más) como *recurso económico*, y es así que el concepto se amplía ahora, y pasa de ser *patrimonio* a ser un *recurso patrimonial*.

En este sentido, los análisis que se han efectuado desde la geografía sobre la ciudad, considerando a esta desde una perspectiva de *recurso patrimonial*, se han centrado prioritariamente en los centros históricos, los espacios industriales históricos, el entorno natural, el paisaje y el medio ambiente urbano, y los equipamientos culturales. En el caso de los *centros históricos* se han definido los elementos a preservar y revalorar, tales como monumentos, trama urbana, etc. La valorización del *paisaje industrial* está en consonancia con el sentido amplio del concepto de patrimonio, en tanto que son bienes cargados de un valor estético excepcional (además de valor histórico, cultural y social).

La ciudad se concibe integrada al *entorno natural* que la envuelve, y es valorada también por el paisaje natural en que se emplaza. Igual consideración se hace del *medio ambiente urbano*, como valor patrimonial, en cuanto portador de un conjunto de valores culturales, históricos que lo convierte en atractivos. Y si bien el patrimonio es visto como recurso en general, en el sector turismo en particular actúa como *locomotora* del desarrollo: *El patrimonio cultural, entendido en sentido amplio puede convertirse en un recurso y en un factor movilizador de la sociedad. La revalorización estética, simbólica y turística del patrimonio cultural puede servir para cohesionar la sociedad local y reforzar sus señas de identidad* (Troitiño Vinuesa, M., 2003, b, 4). *El beneficio de la puesta en valor del patrimonio cultural debe ser de la generación de riqueza económica, social y en definitiva de desarrollo local. Sin embargo para ellos es necesario incentivar la transformación del recurso patrimonial en producto turístico* (Valenzuela Rubio, M., 2008, 239).

Esta transformación del patrimonio en recurso turístico, se aprecia en *Las ciudades históricas (que) brindan un marco único donde calles, palacios, iglesias, mercados, casas, tiendas..., conservan su magnética presencia durante generaciones. De ahí que las ciudades históricas sean cada vez más atractivas para los viajeros que quieren conocer distintos modos y formas de culturas....* (Brandis, D., Del Rio I., 1995, 157).

Y por eso ...*el medio ambiente de las ciudades históricas se constituye en el recurso por excelencia que hay que considerar a la hora de asociarlo al fenómeno turístico* (Brandis, D., Del Rio I., 1995, 158).

¿Cómo se puede presentar al cliente el patrimonio en cuanto recurso turístico? Según Prats, L. (1997) en tres formas: *El patrimonio puede constituirse como un producto turístico per se, capaz de integrar, junto con la oferta hotelera básica, un motivo de compra autónomo. .. puede constituirse asociado a un producto turístico integrando un “paquete”... el patrimonio se combina con otros atractivos. El patrimonio puede... constituirse como un valor añadido para destinos turísticos que no lo tienen como principal atractivo* (Prats, L., 1997, 42).

Para una sociedad marcada por los símbolos y la imagen, los museos, los monumentos, y las expresiones artísticas se convierten en las ciudades en recuperados elementos de identidad, en marcas irrenunciables de autenticidad y grandeza, en iconos venerados.

También otros integrantes del patrimonio inmaterial de la ciudad postmoderna, tales como las tradiciones y costumbres, la gastronomía, el folklore, y las fiestas populares, o sea, los componentes de la *cultura tradicional y popular*, se constituyen en recurso en un ámbito donde el ocio, la diversión, el placer y el consumo, en definitiva, representan un rasgo distintivo, pero a su vez generan una actividad económica. *El turismo contribuye un elemento fundamental en la vida y en la economía de los destinos patrimoniales, ... dinamiza los diversos sectores de la vida de la ciudad, genera riqueza y empleo...* (Troitiño Vinuesa, M., 2006, 4).

Entre los espacios que la ciudad destina a las actividades culturales, los **museos** tienen una importancia creciente, expresada en grandes inversiones en un contexto de mucha competencia, y en las sustanciales transformaciones que muestran, comenzando por sus edificios, cuyos proyectos arquitectónicos cambiaron c luego de la obra el museo Guggenheim de la ciudad de Nueva York de Frank Lloyd Wriht en 1959 (la importancia de la arquitectura en la ciudad postmoderna se trató en el capítulo1), y continuado como expresa Pardo, C. (2006) con la interpretación museística, el desarrollo de nuevos contenidos, los equipamientos especiales tematizado y de alta tecnología.

Además, con su influencia expansiva y positiva, los nuevos museos han propiciado la rehabilitación de tejidos urbanos y la reconquista de espacios degradados.

El interés por el patrimonio, y también por la museología, se acrecienta luego de la Segunda Guerra Mundial, y da lugar a la creación de una serie de **instituciones internacionales** dedicadas a estos asuntos. Por ejemplo, en 1946 iba a crearse la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) una organización Mundial que, entre otros fines, tendría el de colaborar para custodiar el patrimonio. También se crea ese mismo año el Consejo Internacional de Museos (ICOM), organización no gubernamental que tiene como finalidad promover la creación de comités específicos de estudio y discusión de los problemas que afectan la conservación y difusión del patrimonio, que además proporciona asesoramiento a la UNESCO.

El Centro Internacional para el Estudio, la Conservación y la Restauración de Bienes Culturales (ICCROM) es instituido por la UNESCO, en 1959. Su misión es contribuir a mejorar la conservación del patrimonio Mundial, formar técnicos y proporcionar servicios de conservación a los países más necesitados. En 1965 se crea el Consejo Internacional de Monumentos y Lugares Históricos (ICOMOS), destinado a custodiar a los monumentos y los lugares sitios históricos, y en 1993 la Organización de las Ciudades del Patrimonio Mundial (OPCM), organización no gubernamental que tiene como misión facilitar el intercambio de conocimientos y técnicas administrativas para la protección de monumentos y yacimientos, así como vehiculizar recursos financieros.

La UNESCO elabora dos tipos de documentos jurídicos proteccionistas:

- las *recomendaciones*, que tienen un carácter orientativo o indicativo, y
- las *convenciones*, tratados multilaterales destinados a reforzar la protección cultural de los pueblos del mundo, por ejemplo, la convención para la protección de los bienes en caso de conflicto armado, y la convención sobre las medidas que se han de adoptar para prohibir e impedir la exportación, importación y transferencia de protección del patrimonio cultural y natural del mundo.

Algunos de los documentos elaborados por la UNESCO son:

- la Convención relativa a la Protección del Patrimonio Mundial Cultural y Natural, de 1972
- la Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial, del año 2003
- y la Convención sobre la Protección y la Promoción de la diversidad de las Expresiones Culturales en el año 2005.

La UNESCO también ha tenido en cuenta el rol de la actividad turística vinculado con el patrimonio. Acompaña a sus estados miembros en la formulación de sus políticas, replanteando la relación entre turismo y diversidad cultural, entre turismo y diálogo intercultural y entre turismo y desarrollo.

El ICOMOS (Consejo Internacional de Monumentos y Sitios) ha elaborado un documento denominado *Carta Internacional del Turismo Cultural: La gestión del turismo en los sitios con patrimonio significativo*.

Los objetivos son los siguientes:

- Facilitar y animar a cuantos están involucrados en la gestión y conservación del Patrimonio para que transmitan su importancia tanto a la comunidad anfitriona como a los visitantes.
- Facilitar y animar a la industria del Turismo para que este se promueva y gestione con la finalidad de respetar y acrecentar el Patrimonio y las culturas vivas de las comunidades anfitrionas.
- Facilitar y animar al diálogo entre los intereses de la conservación del Patrimonio y los intereses de la industria del Turismo, acerca de la importancia y frágil naturaleza de los sitios con Patrimonio, sus variados objetos y sus culturas vivas, incluyendo la necesidad de lograr un desarrollo sostenible para ambos.
- Animar a las partes interesadas para formular planes y políticas concretas de desarrollo, objetivos mensurables y estrategias para la presentación e interpretación de los sitios con Patrimonio y sus actividades culturales para su defensa y conservación. Además,
- Apoyar otras iniciativas abiertas por ICOMOS, por otras instituciones internacionales y por la industria del Turismo para mantener la integridad del Patrimonio, su gestión y su conservación.
- Animar al compromiso entre todos aquellos que tengan intereses relevantes o intereses ocasionales en conflicto, responsabilidades y obligaciones, para que se esfuercen en poner de acuerdo sus objetivos.
- Animar a que las partes interesadas formulen pautas detalladas que faciliten la puesta en práctica de los Principios de esta Carta, de acuerdo con las peculiares circunstancias de cada una de ellas o según las exigencias planteadas por las comunidades u organizaciones pertinentes (ICOMOS, 1999).

Pero es necesaria una nota de precaución en lo que se refiere a la explotación turística del patrimonio, para no poner en riesgo a expresiones culturales únicas: *La puesta en valor y la adecuación del patrimonio cultural como recurso turístico es un proceso complejo y lento, que requiere actuar desde frentes diversos, territoriales, urbanísticos y turísticos. En cualquier caso, como el turismo tiene un destacado protagonismo, se plantea un importante desafío: **superar la fase promocional y afrontar con rigor el reto de ordenar y gestionar el turismo**, utilizándolo como un importante motor de recuperación y renovación funcional* (Troitiño Vinuesa, M., 2007, 232).

### ***El espacio de las actividades recreativas***

Según un diccionario de geografía urbana, urbanismo y ordenación del territorio Grupos Aduar (2000), *el espacio de las actividades recreativas es un área de distinta dimensión superficial, preferentemente localizada en la ciudad, destinada a satisfacer las necesidades de la población en cuanto al esparcimiento y el aprovechamiento del tiempo libre* (Grupos Aduar, 2000, 151).

Este espacio puede presentar formas y grados de acondicionamiento que lo individualizan arquitectónicamente, o lo hacen complementario de otros espacios polifuncionales (como ocurre en los últimos años con los centros comerciales o áreas de atracciones), o las denominadas superficies deportivas (polideportivos, campos de juegos), las vinculadas al concepto de ocio cultural (teatros, museos, salas de exposiciones, auditorios o escenarios musicales). También son considerados en este sentido los equipamientos que contienen aspectos de la naturaleza (jardines botánicos, zoológicos, acuarios, delfinarios).

En los últimos años se han multiplicado los equipamientos que **integran la recreación y el consumo**, en particular centros comerciales, parques de atracciones urbanos, *shoppings*, polos multifuncionales, porque el potencial comercial de una ciudad participa de manera notable en su capacidad de atracción turística.

Los **grandes centros comerciales** son atractivos para el turismo y el consumo, en particular en temporadas especiales: *Sale* en Londres (Marks and Spencer), *salde* en París (Lafayette), *saldi* en Roma (La Rinascente), *rebajas* en Madrid (Corte Inglés). *La ciudad (puede interpretarse) como un espacio donde comprar bienes y consumir servicios de ocio en equipamientos especializados* (Vera J., López, P., Marchena, M., Antón, S., 1997,160).

Muchas de las ciudades que hoy son elegidas por los turistas como usuarios temporales, han destinado espacios a la recreación, tales como centros de ocio o **parques temáticos**, aún aquellas en las que el patrimonio cultural es muy importante: París cuenta con Eurodisney y la Villete, Madrid con Parque Warner, Sevilla con Isla Mágica, Tarragona con Port Aventura, Hong Kong con Hong Kong Disney, y Tokio con Tokio Disneyland, por poner solo algunos ejemplos. Hannigan, J. (1998) lo expresa diciendo que los parques temáticos son una de las expresiones más espectaculares del ocio contemporáneo.

Walt Disney diseñó la estrategia de tematizar un recinto poniendo las más avanzadas tecnologías al servicio de la simulación. Su primer *Disneyland* de Anaheim (Los Ángeles) de 1954, resultó en un enorme éxito, y entonces la fórmula fue extrapolada a los espacios para la cultura, el consumo, e, incluso, la forma urbana. Para todos ellos Disneylandia se convirtió en una referencia inevitable.

La tematización del ocio ha alcanzado al ámbito de la comida, como sostiene Hannigan, J. (1998), que denomina "*entertainment*" a la actividad que se realiza en los restaurantes de última generación, donde comer comienza a ser algo secundario con respecto al entretenimiento. Ejemplo de ello son los restaurantes *temáticos* (*Hard Rock Café*, *Planet Hollywood*, *Fashion Café*, etc.), donde convergen ocio, comida, tiendas de *souvenirs*, museos.

El espacio de las actividades recreativas (cuyos usuarios son los residentes y los turistas) se encuentra distribuido tanto en área urbana como en el periurbano, como es el caso de la mayoría de los parques temáticos y algunos centros comerciales y centros deportivos.

### ***El espacio de las actividades profesionales***

La ciudad ha destinado espacios al segmento del mercado turístico vinculado con las actividades de profesionales, personas que visitan la ciudad motivos por congresos, coloquios, seminarios, ferias, convenciones, exposiciones, reuniones, visitas a clientes y estancias de formación en universidades, hospitales, empresas, etc.

Para las ciudades, esta actividad ofrece varios beneficios. Por un lado, en general el gasto *per cápita* de estos turistas es alto, y por otro, alivia el problema de la *estacionalidad* en lugares donde esta es muy pronunciada. A su vez, esta modalidad exige a la ciudad y a los organizadores un gran esfuerzo de compatibilidad y competitividad entre los servicios públicos y privados. Los organismos públicos de turismo trabajan conjuntamente con los empresarios privados para atraer turistas.

Así, por ejemplo, en el caso de los programas del denominado *Turismo Idiomático*, que consiste en aprender una lengua en otro país, tal como el español en España, los encargados oficiales de turismo realizan la promoción turística de un servicio que en general es prestado por privados.

Los espacios destinados a estas actividades son muy variados, por ejemplo estadios, centros de convenciones y congresos, instituciones educativas tales como colegios, universidades, etc.

### ***El espacio de los servicios turísticos***

El espacio de los servicios turísticos, según Lickorish, L., Jenkis C. (2000), es el ocupado por las diferentes empresas de prestaciones de servicios turísticos, que pueden clasificarse en primarias, secundarias y terciarias

Las empresas *primarias* son aquellas ligadas directamente al turismo, como las de transporte, organización de viajes, alojamiento y restauración y atracciones turísticas.

- Las *secundarias* son minoristas tales como tiendas de artesanías y *souvenirs*, bancos, seguros, entretenimiento, actividades de ocio, excursiones y admisiones, servicios personales (prensa lavandería peluquería, etc.).
- Finalmente, se clasifican como *terciarias* a los servicios del sector público, publicaciones, imprentas, alimentos, combustibles, manufacturas, etc.

Si se particulariza sobre las de tipo *primario*, sus cuatro sectores (transporte, organización de viajes, alojamiento y restauración, y atracciones turísticas), son dependientes entre sí en un mayor o menor grado. El transporte y el alojamiento y restauración actúan como el hardware del turismo, y los tours operadores y agentes, las atracciones turísticas y las actividades de recreo, desempeñan el papel de *software*, en la medida en que normalmente aportan el motivo y el catalizador para el uso del transporte y el alojamiento.

Después de perder importancia como centros de producción industrial, el sector terciario de la economía es el que ocupa el espacio central de la ciudad. Y en el sector terciario de la economía se integra también el turismo, cuyo espacio en las grandes ciudades está en relación con los centros de interés de los turistas y con los puntos de acceso: los establecimientos gastronómicos, hoteleros, agencias receptoras, oficinas de turismo, transportes turísticos como autobuses turísticos, bici sendas para turistas, etc., casas de cambio, tiendas de *souvenirs*, casas de fotografía, ocupan espacios privilegiados de la ciudad, adyacentes a los atractivos turísticos.



## **Los enclaves turísticos**

Una de las características que hacen que la ciudad sea un espacio privilegiado para el ocio, el consumo y el turismo, son los *enclaves turísticos*. Un diccionario de geografía urbana, urbanismo y ordenación del territorio Grupo Aduar (2000), define *enclave* como *Espacio o lugar en general poco accesible o aislado, y con mayor precisión, territorio o fragmento de un territorio incluido en otro de mayor extensión con características diferentes, políticas, administrativas, geográficas. El enclave puede darse entre estados, así como dentro de las demarcaciones internas de los mismos* (Grupo Aduar, 2000, 45).

Se trata de *burbujas* estandarizadas y producidas en masa, que, según Judd, D. (1999)... *crean islas de riqueza marcadamente diferenciadas y segregadas del paisaje urbano circundante* (Judd, D., 1999, 53).

La difusión global de las ciudades de *fantasía* ha llevado a los enclaves turísticos por todo el mundo, combinando hoteles, restaurantes, bares, salas de espectáculo, cines y teatros y otras diversiones, comercio minorista, en un ambiente de extremo consumo y entretenimiento Graham, S. y Marvin, S. (2001). Judd, D. (1999) sostiene que estos espacios... *están diseñados para regular a sus habitantes a través del control de cuatro aspectos principales de la agenda: el deseo, el consumo, el movimiento y el tiempo*. (Judd, D., 1999, 55). Según este autor, el *deseo* y el *consumo* quedan bajo la influencia de la promoción y el *marketing*; el *movimiento* está determinado por pasillos, escaleras mecánicas, túneles y galerías, y es monitoreado por cámaras y guardias de seguridad; y finalmente el *tiempo* se delimitado por la programación de espectáculos y representaciones, etc.

Ahora bien, Judd, D. (2000), indica que esta uniformidad de los espacios que habitan los turistas los sujeta a un tipo o forma de experiencia urbana que se caracteriza por ser medida, y estar controlada y organizada. Según, Lickorish, L., Jenkis C. (2000), en los enclaves turísticos, entonces, nada está dejado al azar, y todo apunta a la eliminación de lo que es impredecible, en una oposición clara con la vida callejera cotidiana. Como por un tamiz, se elimina lo que no puede ser controlado, y solo se presenta una simulación de la idea de lo perfecto, porque los enclaves turísticos envuelven a los visitantes en un ambiente que inunda sus sentidos con los signos y símbolos del consumo y el juego, la pertenencia a una elite y la exclusividad, alta seguridad y homogeneidad, en el que otras actividades son interceptadas o denegadas: en los *shopping centers* se prohíben rutinariamente actividades políticas o de cualquier otro tipo, y las fuerzas de seguridad son rápidas en escoltar a los conspicuos no-consumidores fuera de las instalaciones.

Baudrillard, J. (1998) argumenta acerca de la relación entre la simulación y lo real, diciendo que *La simulación parte del principio de equivalencia, de la negación radical del signo como valor, parte del signo como reversión y eliminación de toda referencia. Mientras que la representación intenta absorber la simulación interpretándola como falsa representación, la simulación envuelve todo el edificio de la representación tomándolo como simulacro. ... Disneylandia es un modelo perfecto de todos los órdenes de simulacros entremezclados... un juego de ilusiones y de fantasmas* (Baudrillard, J., 1998, 17).

Ahora bien, los enclaves turísticos constituyen solamente una parte del ambiente que experimentan los turistas urbanos, y, si bien se han transformado en rasgos ubicuos de las ciudades, no las *aplastan* inexorablemente: una ciudad no es solo un enclave turístico, o una suma de enclaves turísticos, y si bien los turistas en una ciudad los visitan, para los visitantes las ciudades exceden a los enclaves. Se puede decir que entonces que los enclaves se *visitan*, y que son altamente visitados, en particular en aquellas ciudades donde puede ser muy difícil transitar, tanto sea por problemas con los transportes, la falta de señalización, la inseguridad, etc. Estas islas o sectores de la ciudad se representan en los mapas turísticos de la ciudad como *los sitios adonde hay que ir*.

Para producir estos mapas promocionales que indican estos *lugares-a-los-que-hay-que-ir*, se han tenido que excluir muchos otros *lugares-a-los-que-hay-que-ir*, y transformarlos en *lugares-a-los-que-no-hay-que-ir*, porque no son seguros y porque allí no está *lo bello*. Esto condiciona también los lugares de la ciudad que visitan los turistas, porque el espacio que visitan los turistas en las ciudades es selectivo: *El uso que de la ciudad suelen hacer los turistas se caracteriza por la concentración espacial y la selectividad. Cada visita está condicionada por el tiempo, la movilidad y el grado de conocimiento previo de la ciudad por parte de los turistas. De hecho, solo una parte de los recursos y atracciones de la ciudad suelen ser visitados. La selección es el resultado de la interacción entre productores (operadores, administradores de turismo) y consumidores (turistas), sobre la base del concepto que unos y otros tienen sobre lo que puede y debe ser visitado* (Vera J., López P., Marchena M., Antón S., 1997, 156).

En esta selectividad del espacio urbano que visitan los turistas, los enclaves constituyen sólo uno de los componentes seleccionados, pero su importancia cuantitativa está creciendo, en desmedro de otros espacios tradicionales o más representativos de lo local: *... se concibe a los enclaves como nodos de circuitos internacionales del capital y la cultura, los cuales están colonizando y reemplazando a los lugares locales* (Judd, D., 1999, 55).

## ***Los espacios excluidos (pero incluidos)***

Las áreas de las ciudades que invitan a los turistas a visitarlas pueden no ser las que habitualmente son asociadas con *el turismo*, o con *lugares para turistas*: también las *áreas tensas* pueden ser atractivas, precisamente porque no han sido construidas ni dispuestas *para los turistas*. El concepto de *área tensa* hace referencia precisamente los barrios fronterizos o zonas donde pueden vivir y trabajar personas ubicadas en los márgenes de la sociedad urbana: minorías étnicas, no-blancos, inmigrantes, pobres, asociadas con las drogas, la violencia, etc.

O sea, se trata de espacios normalmente excluidos del turismo, pero que pasan a ser incluidos. Edensor, T. (1998) citado en (Judd, D., 1999, 60) dice que *... a pesar de los mejores esfuerzos por parte de los guías turísticos para proteger a los grupos bajo su cargo de encuentros imprevistos, la mezcla de espacios a menudo promovía los recorridos casuales y las caminatas y vagabundeos por calles, mercados y cafés al aire libre. Los miembros de los paquetes turísticos salían a veces a deambular libremente, ocupando la zona limítrofe del anonimato propio del flaneur.*

O sea, algunos turistas prefieren escapar de los enclaves estrechamente regulados, y Feifer, M. (1985) citado en (Judd, D., 1999, 60) ha propuesto que se los llame *post-turistas*: *A diferencia de los turistas corrientes, los post-turistas no desean fijar la mirada en los sitios turísticos sancionados oficialmente, en parte porque ellos ya han sobrellevado un continuo aluvión de objetos e imágenes turísticas proyectadas por la televisión, el cine, las revistas y otros medios de comunicación. ... Los post-turistas están saturados de viajar incluso antes de salir de casa, y buscan diversificar sus experiencias como antídoto contra el aburrimiento.*

En el caso de la Ciudad de Buenos Aires, han aparecido en los últimos años *tours* hacia los espacios de la exclusión: se trata de visitar las *Villas Miseria*, la versión argentina de un término que cuenta con numerosas acepciones locales: *favela* en Brasil, *callampa* en Chile, *pueblo joven* en Perú, *katchi abadi* en Pakistán, *shanty town* en Kenya, *bidonville* en Argelia, *township* en Sudáfrica, *barong-barong* en Filipinas, *jhuggi* en India. Todas ellas aluden al mismo fenómeno: las barriadas de infraviviendas que rodean las grandes metrópolis de los países en vías de desarrollo.

Las Villas Miseria son asentamientos informales, ilegales, no planificados, que aparecen por la iniciativa de un grupo de ciudadanos (normalmente procedentes de áreas rurales) en general (pero no siempre) en áreas periféricas de las ciudades, compuestas por viviendas autoconstruidas con materiales normalmente de desecho.

Suele tener alta densidad, carecen de infraestructura básica (agua, electricidad, saneamiento, recolección de residuos), así como de tiendas y servicios públicos, y crecen mientras haya espacio.

Algunas agencias de viajes organizan viajes hacia estos espacios de la marginalidad, circuitos turísticos a las Villas Miseria de Buenos Aires donde los turistas pueden tener acceso a un recorrido por la miseria, la desnutrición, el hacinamiento. En suma, una visita impúdica a la desposesión de muchas personas que habitan los márgenes de la dignidad humana y social.

Este tipo de turismo es denominado *reality tour*, la versión en turismo de los *reality show*, y es una moda en muchos lugares del mundo, que consiste en mostrar a los turistas extranjeros las caras menos iluminadas de la Ciudad: los suburbios y las zonas rojas.

En el caso de Argentina, el concepto se extiende a los *tours* con los que se puede acceder a ciertos ambientes, por ejemplo el *turismo piquetero* en el caso de las protestas sociales. Otro circuito por la Buenos Aires marginal incluye un recorrido *under* por el mundo travesti.

Estos *tours* tienen también otra característica que los hace atractivos para algunos turistas, y es la posibilidad de participar: el turista no se limita a ser espectador, sino que tiene un rol activo. Por ejemplo, el *Cumbia Tour*, es un recorrido de una noche por las *bailantas*, que son los lugares en los que se escucha la *cumbia*, ritmo musical que es expresión de sectores sociales marginales, y donde el turista lo aprende a bailar.

El *Tour de la Villa Miseria* consiste en una caminata del grupo de turistas por el barrio, conducido por lugareños de la villa, entrenados, y que finaliza con un *asado obrero*.

A diferencia de lo que ocurre con la promoción de los *enclaves turísticos*, este tipo de turismo en zonas excluidas no se encuentra promocionado en ninguna página oficial de turismo ni en ningún plano turístico, y su comercialización se mueve por canales no tradicionales, en particular, por Internet.

### **3.3 La imagen de la ciudad y el turismo**

Las ciudades actúan como grandes vidrieras para el turismo, y la competencia entre ellas ha generado interés por proyectar una imagen favorable. Los encargados de la promoción de las ciudades invierten recursos económicos, tiempo y esfuerzo con el propósito de seducir a los visitantes potenciales.

El principal objetivo que se persigue en la promoción de las ciudades es justamente proyectar imágenes que hagan que una ciudad se convierta en *deseo* de ser visitada por unos *potenciales turistas*.

Y esas imágenes, según Améndola, G. (2000), buscan fortalecer, realzar, aspectos de la propia identidad, que puedan establecer *la diferencia* en una época marcada por la globalización y la postmodernidad, que han casi borrado las diferencias. La Organización Mundial del Turismo (1998), destaca que... *la decisión de compra por parte del consumidor-turista se guía por una cautela mayor que para otros bienes de consumo, ya que el riesgo percibido es más alto. En consecuencia, la imagen que exista en la mente del consumidor sobre un destino o un servicio concreto, será decisiva para el proceso de toma de decisión y afectará al tipo de vacaciones elegido, aunque dicha imagen no se corresponda con la realidad* (OMT, 1998, 70).

En la misma línea, Granados Cabezas, V. (1998), subraya que ... *cualquier ciudad pretende ... una imagen singular y atractiva, ... mediante la promoción y recuperación de sus centros históricos, universidades o recursos naturales, ... localizar empresas multinacionales, sedes de organismos internacionales, ... edificios emblemáticos, ... eventos de carácter Mundial, ... equipos deportivos ... En definitiva, la proyección internacional se ha convertido en un elemento indispensable para toda ciudad "moderna", que no quiera perder oportunidades dentro del sistema de ciudades* (Granados Cabezas, V., 1998, 167).

Ahora bien, ¿Qué es, o cómo se define a la *imagen*? La imagen de una ciudad en tanto destino turístico ha sido definida por diversos autores provenientes de campos diversos como antropología, sociología, geografía, el turismo y el marketing (Gallarda, M., Gil, G., y Calderón, H., 2002), por eso Gutiérrez San Martín, H. (2005) afirma que ... *el estudio del concepto imagen de destino turístico adopta una naturaleza claramente multidisciplinar* (Gutiérrez San Martín, H., 2005, 33).

Según Gutiérrez San Martín, H. (2005), y Gallarda, M., Gil, G., y Calderón, H. (2002), las diversas definiciones de *imagen* se han dado siguiendo tres enfoques. El primero es el **perceptual**, que tiene como eje la valoración de los atributos del destino turístico, por ejemplo: *Percepciones de turistas y vendedores de las actividades o los atractivos accesibles en un destino turístico* (Gartner, 1986); *percepciones o impresiones de un lugar* (Phelps, 1986). *Percepciones del individuo de las características del destino* (Coshall, 2000). *Percepciones o impresiones de los turistas sobre un destino respecto a los beneficios esperados y sus valores de consumo* (Tapachai y Waryszak, 2000) (Gutiérrez San Martín, H., 2005, 10).

El segundo enfoque es el **perceptual afectivo** que se basa en los sentimientos que despierta el destino turístico: *Impresiones que una persona o personas tienen de un*

*estado en el que no residen (Gartner y Hunt 1987); actitud del turista hacia un conjunto de atributos del destino basada no sólo en conocimientos sino también en sentimientos (Moutinho, 1987); impresión mental o visual del público en general acerca de un lugar, producto o experiencia (Milman y Pizam, 1995); representación verdadera en la mente del turista de lo que una región puede ofrecerle (Leisen, 2001) (Gutiérrez San Martín, H., 2005, 10). Y finalmente, un enfoque **holístico**, que pondera la valoración general que de un lugar puede hacer un individuo. Resultado de la interacción de las creencias, ideas, sentimientos, expectativas e impresiones de una persona sobre un lugar (Chon, 1990); gestalt o constructo holístico que se deriva de las actitudes hacia los atributos turísticos que se perciben del destino (Um y Crompton, 1990); no es sólo el conjunto de percepciones que tienen los individuos sobre los atributos, tanto funcionales como psicológicos del destino, sino también la impresión holística que se forma del destino (Echtner y Ritchie, 1991); suma de creencias, ideas e impresiones de una persona (Kotler, Haider y Rein, 1994); totalidad de impresiones, creencias, ideas, expectativas y sentimientos hacia un lugar acumulados a lo largo del tiempo (Kim y Richardson, 2003). (todos citados en Gutiérrez San Martín, H., 2005, 10).*

Más allá de las definiciones, el proceso de construcción de la imagen de un destino turístico en la mente de un turista real o potencial, es un *continuo* donde influyen y actúan diferentes agentes y fuentes de información (Gartner, W., 1993).

Gunn, C. (1988), citado en Gartner, W. (1993) distingue dos tipos de imágenes de un destino: la *imagen orgánica* y la *imagen inducida*. La **imagen orgánica** se forma por la información que se recibe de los medios no comerciales, tales como opiniones, observaciones, descripciones que de los destinos turísticos pudieran hacer familiares o amigos. También contribuyen a formar este tipo de imagen todas aquellas noticias sobre el destino emitidas en los medios de comunicación, así como la información general que corresponde al nivel de educación recibido. Por su parte, la **imagen inducida** de un destino turístico es la que se forma a través de las acciones deliberadas diseñadas por los responsables de la promoción del lugar, y puede ser *abierta* o *encubierta*. La primera correspondería a los medios consabidos de publicidad a través de los diferentes medios de comunicación (televisión, radio), medios impresos (material promocional impreso de los operadores turísticos, revistas, etc.), internet, etc. La imagen inducida *encubierta* es la que se intenta construir por medio de un tipo de publicidad que *aparenta* no serlo. Por ejemplo, es la que práctica de invitar a personas famosas a realizar actividades en el destino con el objetivo de aumentar su credibilidad.

Otra de las modalidades son las visitas de de familiarización (*Fam tours*) que consiste en invitar a la prensa, a escritores o formadores de opinión, para que luego publiquen notas o comentarios acerca de lo vivido en el destino.

Hay otras modalidades para inducir la formación de una imagen. Por ejemplo, Gartner, W. (1993) considera que hay otros medios de comunicación, que difunden películas, documentales, entrevistas, etc. a modo de emisiones de cultura general, con un estilo de imparcialidad. Esta modalidad implica que las personas pueden estar expuestas durante varias horas a la información, a través de fuentes que esas personas consideran aceptables, y esto ejerce influencia en la imagen que se forman de un destino.

Por último, la imagen se termina de conformar en la *visita al destino*, que marcaría el final de ese *continuo* de influencias. En este sentido, Beerli Palacio, A; Martín Santana J. y Gil, S. (2003), citando a Pearce, P. (1982), Phelps, A. (1986) y Gartner, W. y Hunt, J. (1987) señalan que cuando los individuos visitan un destino, la imagen que se forma tras la visita tiende a ser más realista, compleja y diferenciada que la que se conforma a través de fuentes de información, y acotan que autores como Echtner, C. y Ritchie, J. (1993) consideran que los individuos más familiarizados con el destino tienen imágenes más próximas a lo holístico, psicológico y único, mientras que los menos familiarizados están más próximos a imágenes centradas en atributos, en aspectos funcionales y en rasgos comunes.

Las ciudades que tienen, o que pretenden tener, un lugar preeminente en el mercado turístico, definen con precisión la imagen que proyectan a través de sus modalidades promocionales. O sea, intentan *inducir* la formación de una imagen que resulte determinante en el momento que un turista está decidiendo su destino. Por eso, Valls destaca que *La imagen turística constituye un factor clave del marketing en el momento de diseñar las políticas de acción comunicativa de un destino, puesto que es un elemento que permite influir decisivamente en las expectativas de los turistas potenciales y reales* (Valls, J., 1992, 63). Según Gándara, J. (2000), hay una serie de condiciones para que la imagen que se difunda sea eficaz, una de las cuales es la *sencillez*: la imagen debe ser simple, de fácil comprensión, y no debe generar confusión. Al respecto, dice Améndola, G. (2000, 288) *Para el extranjero y el turista una imagen sintética de la ciudad es indispensable, dado que le permite organizar de una forma selectiva la percepción, y ver la ciudad aun disponiendo de poco tiempo, y de pocos puntos de observación...*

Otra condición es la *validez*, o sea, que lo que se difunde se corresponda con la realidad. Como se mencionó más arriba, la imagen se termina de conformar en la visita al destino. Y puede que esta imagen final no coincida con la que se emite. O sea, la imagen del turista puede ser discrepante con la que se emite. Pero la imagen que se emite debe corresponderse con la realidad. O sea, no debe ser engañosa. Porque si no es así, el turista se sentirá víctima de fraude.

La imagen que se emite también debe tener la condición de la *credibilidad*: esto significa que, aun siendo válida, o sea, no engañosa, si no resulta creíble no será efectiva para que la decisión del turista sea finalmente favorable al destino.

Y por último, la imagen debe ser *atractiva*: debe despertar el deseo de visitar el destino. ... *imágenes... sitúan las ciudades en el imaginario colectivo de los actuales y de los futuros visitantes* (Troitiño Vinuesa, M., 2003, c, 51).

La importancia de la *información* en la creación de la imagen ha sido destacada por la Organización Mundial del Turismo, que afirma que ... *dentro del marketing turístico la información-comunicación, tiene un papel absolutamente definitivo, ya que en el acto de la venta del producto turístico se manejan principalmente promesas (debido a la intangibilidad del producto turístico, su inseparabilidad, etc.), por lo que la imagen mental que de un destino o producto tenga una persona será definitiva a la hora de su elección final* (OMT, 1998, 314).

Vera J., López P., Marchena M., y Antón S., resumen lo anterior diciendo que... *la delimitación del territorio o del sistema o ciudad que quiera promocionarse; las referencias territoriales o urbanas que se desee destacar como características diferenciales de sus ventajas turísticas; y la fidelidad y autenticidad de la imagen de marca territorial respecto a la organización real del sistema turístico que se va a promocionar* (Vera J., López, P., Marchena, M., Antón, S., 1997, 397).

El competitivo mercado de las ciudades turísticas en el mundo global, exige a los planificadores el diseño de una imagen basada en la *diferenciación*: que por sus particularidades, por sus especificidades, el destino se posicione, con relación a la competencia, en la mente de los potenciales turistas. La creación de esa imagen *diferenciada*, requiere que se identifiquen aquellos elementos componentes del destino que lo destacan y lo distinguen en referencia a sus competidores. Es en esta necesidad de *diferenciarse* que adquieren importancia estratégica aquellos aspectos únicos de ciertas ciudades, que luego son evidentes en el acto promocional específico, concreto: *la ciudad del tango, la ciudad de la zarzuela, etc.*

Al respecto Gándara, J., enfatiza que...*en un mundo globalizado, aquel destino que no evidencie muy claramente sus diferencias no conseguirá destacarse de la gran cantidad de ofertas que se presentan a los consumidores* (Gándara, J., 2000, 341).

Entonces, a través de la *diferenciación*, se trata de lograr un *posicionamiento* de la ciudad, entendiendo por *posicionamiento* a la posibilidad de *influir*. Kotler, P., propone la siguiente definición: *La posición de un producto es la forma como los consumidores lo definen de acuerdo con atributos importantes: el lugar que el producto ocupa en la mente del consumidor, en relación con los productos de la competencia* (Kotler, P., 1994, 276).



Las estrategias y las técnicas de *posicionamiento* que se emplean en el *marketing* de *productos* (tangibles, acumulables) pueden ser, y lo son de hecho, aplicados a una *entidad territorial* y los *servicios* que ofrece (intangibles, no acumulables). Para Benko, G. (2000), *posicionar* una ciudad es ... *valorizarla, de forma optima, por sus ventajas (reales o percibidas), por sus más ventajosas diferenciaciones, con relación a otras ciudades definidas como competidoras, y de cara a los públicos para los que esta diferencia es motivadora* (Benko, G., 2000, 73).

Entonces, a la hora de definir sobre qué apoyarse en la estrategia de *diferenciación* para el *posicionamiento*, una ciudad presenta características objetivas tales como el clima, la composición del tejido económico, la posición geográfica, la historia, la arquitectura, el patrimonio material e inmaterial. El *posicionamiento* consiste en privilegiar ciertos factores y ciertas dimensiones que, combinadas, constituirán el “*producto ciudad*”.

Benko, G. (2000) introduce el concepto de *marketing* territorial, comprendiendo en esta idea al trabajo de *marketing* turístico que se realiza en una ciudad, que ha tenido una importancia creciente en las últimas décadas por la actuación paralela de cuatro factores:

- la mundialización y la extensión de la competencia,
- la puesta en valor de lo local,
- la evolución rápida de las herramientas de comunicación,
- la evolución misma del *marketing*.

A partir de la modificación de escala de las actividades económicas, o sea, la *mundialización*, y los cambios de las relaciones entre escalas, surge la cuestión de cómo tornar más atractivas a las ciudades. Y la respuesta está en parte en criterios tales como la imagen y la identidad del espacio urbano, favorecidos o privilegiados por las estrategias del desarrollo local, que *ponen en valor lo local*, y colocan en una situación de competencia a espacios económicos diferentes unos de otros.

Esta competencia se concreta en estrategias promocionales diversas, facilitadas por la evolución rápida de las *herramientas de comunicación*, y también porque actualmente se aprecia la importancia creciente del *marketing territorial*, o sea, del *marketing* estratégico de las ciudades, que siempre cuidaron, y promovieron, su imagen, pero que ahora están en una etapa superior de la evolución el *marketing*, aplicando herramientas y fundamentos ya bien establecidos para el *marketing* de productos.

### 3.4 Los resultados: las grandes ciudades como destino turístico

Las diferentes transformaciones que se han expuesto, así en el plano físico como en el ambiente sociocultural de las ciudades, han hecho que muchas de ellas hoy sean elegidas como *destino turístico*. Sin embargo, solo algunas llegan a ser *destinos turísticos* de relevancia internacional, puesto que en cada ciudad, la realidad urbana y las necesidades del turismo en las ciudades son heterogéneas, y no todos los recursos ofrecen las mismas posibilidades, ni todas las ciudades pueden plantearse con igual fortuna el desarrollo del turismo y la gestión de los flujos que genera.

En relación a los flujos, mientras que hay ciudades que tienen importantes problemas de saturación y congestión, otras se plantean todavía cómo incrementar el número de visitantes como estrategia de dinamización de sus economías. La siguiente tabla presenta las ciudades del mundo ordenadas según la cantidad de turistas que reciben.

Las ciudades se han regionalizado de acuerdo a la clasificación de la Organización Mundial del Turismo (África, Américas, Asia Meridional, Asia Oriental y Pacífico, Europa y Oriente Medio).

**Tabla 10:** Ciudades, ordenadas según la cantidad de turistas que recibieron (en millones) Año 2009.

CIUDAD	CANTIDAD	REGIÓN
Londres	14,059	Europa
Bangkok	9,986	Asia O. y El Pacífico
Singapur	9,683	Asia O. y El Pacífico
Kuala Lumpur	9,400	Asia O. y El Pacífico
Antalya	8,868	Europa
Nueva York	8,479	Américas
Dubái	7,783	Oriente Medio
Paris	7,750	Europa
Estambul	7,543	Europa
Hong Kong	7,011	Asia O. y El Pacífico
La Meca	6,985	Oriente Medio
Roma	5,543	Europa
Miami	5,241	Américas
Las Vegas	4,784	Américas
Los Ángeles	4,510	Américas
Barcelona	4,465	Europa
El Cairo	4,432	Oriente Medio
Shanghái	4,328	Asia O. y El Pacífico
Pattaya	4,259	Asia O. y El Pacífico
Dublín	4,220	Europa
Bucarest	4,099	Europa
Macau	4,035	Asia O. y El Pacífico
Ámsterdam	3,871	Europa
Praga	3,667	Europa
Moscú	3,618	Europa
Kiev	3,524	Europa

**Tabla 10:** Ciudades, ordenadas según la cantidad de turistas que recibieron (en millones) Año 2009. (*continuación*)

Beijing	3,435	Asia O. y El Pacífico
Viena	3,362	Europa
Phuket	3,360	Asia O. y El Pacífico
Madrid	3,212	Europa
Tokio	2,982	Asia O. y El Pacífico
Mugla	2,946	Europa
San Francisco	2,939	Américas
Orlando	2,878	Américas
Taipéi	2,809	Asia O. y El Pacífico
Berlín	2,795	Europa
Budapest	2,713	Europa
Rio de Janeiro	2,698	Américas
Edime	2,654	Europa
Toronto	2,635	Américas
Estocolmo	2,580	Europa
México	2,480	Américas
Seúl	2,461	Asia O. y El Pacífico
Denpasar	2,450	Asia O. y El Pacífico
Nueva Deli	2,374	Asia Meridional
San Petersburgo	2,319	Europa
Bruselas	2,271	Europa
Varsovia	2,220	Europa
Jerusalén	2,215	Oriente Medio
Guangzhou	2,165	Asia O. y El Pacífico

**Tabla 10:** Ciudades, ordenadas según la cantidad de turistas que recibieron (en millones) Año 2009. (*continuación*)

Buenos Aires	2,122	Américas
East Province	2,112	Oriente Medio
Bombay	2,088	Asia Meridional
Múnich	2,079	Europa
Chennai	2,060	Asia Meridional
Sídney	2,040	Asia O. y El Pacífico
Cancún	2,025	Américas
Sharm el Sheikh	2,025	Oriente Medio
Vancouver	1,929	Américas
Marrakech	1,912	África
Punta Cana	1,910	Américas
Ho Chi Minh	1,897	Asia O. y El Pacífico
Milán	1,894	Europa
Yakarta	1,880	Asia O. y El Pacífico
Atenas	1,842	Europa
Seattle	1,834	Américas
Lima	1,831	Américas
Oslo	1,768	Europa
San Pablo	1,746	Américas
Lisboa	1,740	Europa
Riyadh	1,720	Oriente Medio
Florenia	1,685	Europa
Chiang Mai	1,685	Asia O. y El Pacífico
Tel Aviv	1,676	Oriente Medio
Johannesburgo	1,671	África
Venecia	1,666	Europa

**Tabla 10:** Ciudades, ordenadas según la cantidad de turistas que recibieron (en millones) Año 2009. (*continuación*)

Agra	1,634	Asia Meridional
Hangzhou	1,567	Asia O. y El Pacífico
Burgas	1,563	Europa
Auckland	1,541	Pacífico
Varna	1,504	Europa
Jaipur	1,500	Asia Meridional
Shenzhen	1,482	Asia O. y El Pacífico
Abu Dabi	1,439	Oriente Medio
Abu Dabi	1,416	África
Chicago	1,346	Américas
Honolulu	1,346	Américas
Wellington	1,331	Pacífico
Sharjah	1,292	Oriente Medio
Minsk	1,283	Europa
Washington DC	1,239	Américas
Halong	1,232	Asia O. y El Pacífico
Hurgada	1,226	Oriente Medio
Krabi	1,223	Asia O. y El Pacífico
Christchurch	1,194	Pacífico
Suzhou	1,176	Asia O. y El Pacífico
Sofía	1,158	Europa
Calcuta	1,151	Asia Meridional
Montreal	1,142	Américas
Palma de Mallorca	1,125	Europa

*Fuente: Euromonitor International con datos de las oficinas nacionales de turismo*

El año 2009, Londres fue el principal destino turístico urbano del mundo, con 14.059 millones de arribos de turistas, seguida por Bangkok (9,986) y Singapur y Kuala Lumpur (9.683 y 9.400 de millones de turistas respectivamente). El total de turistas que llegaron a las 100 ciudades más visitadas fue de 308.053 millones, y 30 ciudades recibieron más de tres millones de turistas internacionales.

Es de mencionar que en ciudades como Londres, París, Praga, y Roma, que son destinos turísticos importantes desde hace años, el componente del *patrimonio urbano* tiene un rol preponderante, y desde ellas surgen las principales iniciativas de recuperación, mantenimiento y planes de desarrollo del patrimonio. Pero las preferencias se han diversificado, y ahora son muchas las ciudades que se suman a la lista de los destinos turísticos favoritos: de las 10 primeras ciudades más visitadas 4 son asiáticas. Y es en estas *recién llegadas*, tales como Singapur, Macau, Hong Kong, Kuala Lumpur, Dubai, Shangai, Beijing, etc., donde se aprecian los perfiles marcados por la arquitectura *icónica*, tal como fue expuesto antes.

La globalización de la economía mundial también ha tenido un papel preponderante para definir el interés por determinadas ciudades, que son visitadas por su actividad como centro financiero. Así, a los centros financieros tradicionales, Londres y Nueva York, se incorporaron otros como Hong Kong, Shangai, Singapur y Dubai. O sea, hay un desplazamiento progresivo de las preferencias de los turistas urbanos hacia el extremo oriente, que es precisamente también un cambio en el foco de la atención desde la antigua ciudad histórica europea, a la nueva ciudad postmoderna.

En relación a la cantidad de turistas recibidos por región (tabla 11), se observa que ocupan el primer lugar las ciudades que pertenecen a la región Europa seguida de Asia y el Pacífico, siendo África la que menos turistas recibe. La Ciudad de Buenos Aires se encuentra en el puesto número 51 de la lista de ciudades más visitadas.

**Tabla 11:** Regiones Turísticas de la OMT, ordenadas según la cantidad de turistas que recibieron en sus ciudades (en millones) Año 2009.

REGIÓN	CANTIDAD DE TURISTAS
Europa	117.606
Asia Oriental y El Pacífico	86.612
Américas	55.124
Oriente Medio	32.905
Asia Meridional	10.807
África	4.999

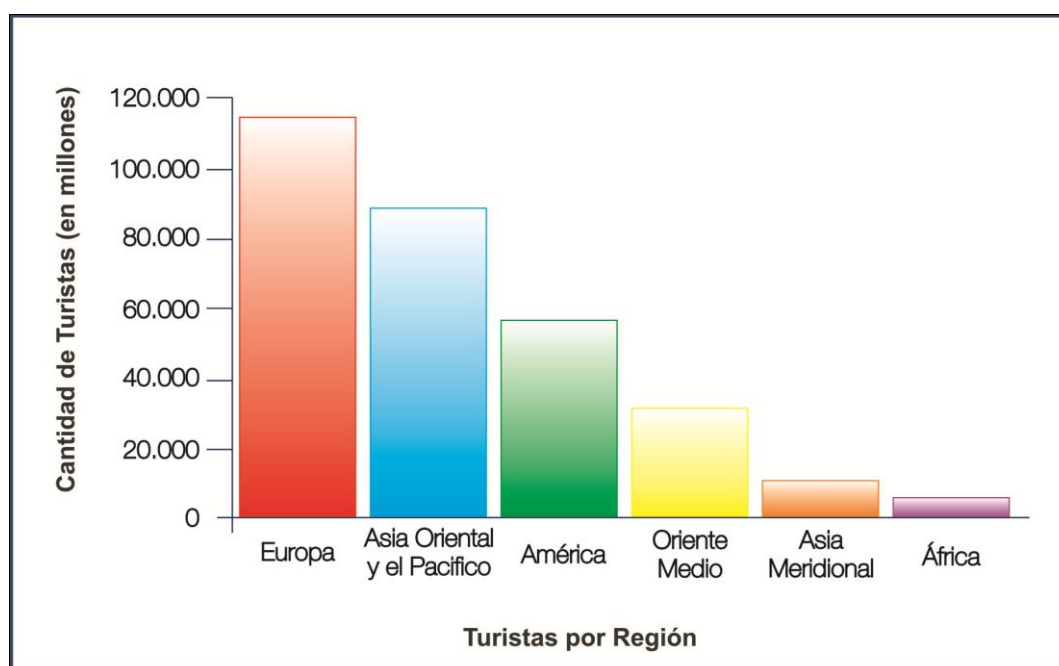
Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Euromonitor International.

**Tabla 12:** Países ordenados según la cantidad de ciudades más visitadas (entre las 100 más visitadas) Año 2009.

PAISES	CIUDADES MÁS VISITADAS
USA	10
China	9
India	6
Tailandia	5
España-Turquía-Italia	3

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Euromonitor International.

**Gráfico 1:** Regiones Turísticas de la OMT, ordenadas según la cantidad de turistas que recibieron en sus ciudades (en millones) Año 2009.



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Euromonitor International.





***PARTE II:***  
***BUENOS AIRES DESTINO***  
***DE INMIGRANTES Y DE TURISTAS***



Hacia mediados del siglo XIX, **Buenos Aires** se constituyó como un **destino de inmigrantes**: millones de personas, particularmente de Europa, dejaron entonces sus países, en un movimiento inédito por su masividad y por la distancia de los viajes que emprendieron a todo el mundo, dando lugar a fenómenos similares en Estados Unidos, Australia, Brasil, Cuba, Argentina, etc.

Hacia mediados del siglo XX, se produce otro movimiento migratorio hacia la Argentina, y a Buenos Aires en particular, en este caso con características diferentes al anterior, menos masivo en su número, y originado en el lejano oriente: China, Taiwán, Corea, Laos, Viet Nam, Siam.

Paralelamente, también hacia mediados del siglo XX, Buenos Aires comienza a ser un **destino de turistas**, fenómeno que se intensifica hacia comienzos de la década de 1980, y que, con altibajos, continua aumentando en la actualidad.

En esta segunda parte, se aborda el estudio de las características que posicionaron a Buenos Aires como *destino de inmigrantes* y *destino de turistas*. Los resultados del trabajo se presentan de la siguiente manera:

- **Capítulo 4: Buenos Aires, destino de inmigrantes**
- **Capítulo 5: Buenos Aires, destino de turistas**

Dado que las expresiones actuales de las migraciones provenientes de España, Italia y del lejano oriente tienen importancia como atractivos turísticos (***Avenida de Mayo***, ***Barrio de La Boca*** y ***Barrio Chino***, respectivamente) en el **capítulo 3: Buenos Aires, destino de inmigrantes**, se estudian esas corrientes migratorias.

Las que, como la española y la italiana, pertenecen a aquel movimiento mundial que comenzó a mediados del siglo XIX y se prolongó hasta 1930, con una interrupción abrupta pero transitoria durante la Primera Guerra Mundial, tuvieron en la República Argentina, y en la Ciudad de Buenos Aires, un efecto *constitutivo*: *constituyeron*, *construyeron* gran parte de lo que es este país y esta ciudad. Tal resultado es consecuencia de su *masividad*, y de su importancia económica, social, cultural, ideológica, y política.

Y si bien Buenos Aires recibió inmigrantes de muchos países, se abordará el estudio de las migraciones española e italiana que fueron las de mayor número e influencia en la conformación del país, posiblemente por la cercanía idiomática y religiosa. Ambas además se vinculan con la actividad turística, porque diversos sectores de la ciudad, que albergaron originalmente a los inmigrantes de estas dos procedencias, se han convertido en lugares de atractivo turístico, como la ***Avenida de Mayo*** y el ***Barrio de La Boca***.

En el caso de la inmigración proveniente del lejano oriente de mediados del siglo XX, su impacto en la ciudad ha sido menor, por su número más reducido, por las

dificultades idiomáticas y culturales para lograr el intercambio, y porque (a diferencia de la corriente del siglo XIX, que llegó a un país en *vías de construcción*), esta llegó a un país ya constituido institucional y socialmente.

Sin embargo, precisamente esa dificultad de incorporar los rasgos lejano orientales a la cultura occidental preponderante en Buenos Aires (ciudad “europea” si la hay fuera de Europa), esa lejanía, esa extrañeza de la cultura oriental, da a sus manifestaciones tangibles (objetos, arquitectura, etc.) e intangibles (celebraciones, idioma, religión) un tinte de exotismo, que interesa al turista, y que constituye una de las características de las *ciudades postmodernas*: ciudades con estéticas de collage, donde se entremezclan las *villas miseria* con los sectores sociales de mayor nivel de ingresos, los más sucio y abyecto con lo más pulcro y cuidado, y las expresiones culturales latinoamericanas con las europeas, las indígenas y las lejano orientales.

La cultura lejano-oriental se expresa en particular en un sector de la ciudad, denominado, tal vez incorrectamente, “**Barrio Chino**”, que es un atractivo turístico.

Por estos motivos, entonces, por la importancia que en la actualidad tienen las expresiones de estas corrientes migratorias como atractivos turísticos, en el **capítulo 4: Buenos Aires, destino de inmigrantes**, se estudian las migraciones provenientes de España, Italia y del Lejano Oriente.

Por otra parte, en el **Capítulo 5: Buenos Aires como destino turístico**, se analizan las características espaciales y paisajísticas que hacen de esta ciudad un destino de turistas de todo el mundo. Se revisan las características de su **oferta**, distinguiendo:

- la **oferta primaria**, que son los *atractivos turísticos* o sea, lo que motiva el viaje, y
- la **oferta secundaria**, integrada por la *infraestructura* y la *planta turística*, que es lo que hace posible el viaje.

También en este capítulo se detalla la **demandas turística**, o sea, los *resultados*, a través de la *cantidad* y de algunas de las *características* de los turistas llegados al destino que se está estudiando.

## ***Capítulo 4: Buenos Aires, destino de inmigrantes***



Propaganda de la compañía *La Veloce* que transportó a millones de migrantes al puerto de Buenos Aires.

Fuente: <http://www.theshipslist.com/ships/lines/lavelocenav.html>



*En la segunda mitad del siglo XIX y principios del XX, las corrientes migratorias tenían su principal origen en Europa y se podían representar en los planisferios con flechas más o menos nítidas. Uno de los puntos de llegada era la Argentina, especialmente, el puerto de Buenos Aires (Barela, L., 2007, 11).*

*Pero no está de más recordar que, en Buenos Aires, la presencia de inmigración es muchos más que un episodio pasajero o novedoso, es un fenómeno constitutivo de su sociedad (Barela, L., 2007, 11).*

## **4.1 Introducción: el fenómeno inmigratorio**

Al estudiar la influencia de las inmigraciones en la evolución demográfica de la República Argentina, y en particular en Buenos Aires, donde se observa el mayor impacto, se pueden identificar tres etapas:

- inmigraciones tempranas
- inmigración masiva
- inmigraciones contemporáneas

La **etapa de inmigraciones tempranas** comprende los siglos XVI al XVIII, y corresponde a la colonización de españoles, que se mestizaron con los nativos. También hubo ingresos forzados de personas de raza negra desde África, en calidad de esclavos. De entre lo que es actualmente el territorio de la República Argentina, este proceso se dio fundamentalmente en Buenos Aires, el *litoral* (actuales provincias de Santa Fe, Entre Ríos, Corrientes y Misiones), y la región entonces llamada *Córdoba del Tucumán* (actuales provincias de Córdoba, Tucumán, Salta y Jujuy), que eran las zonas de importancia económica, especialmente por su vinculación con la región minera del Potosí.

Quedaron excluidas las zonas del Chaco, la Patagonia, la Pampa y parte de las provincias de Buenos Aires, San Luis y Mendoza que se conservaron bajo dominio indígena (mapuches, ranqueles, wichis y otros pueblos) hasta que fueron ocupadas por el Estado Argentino a mediados del siglo XIX.

Esta etapa es de larga duración y de escasa intensidad, por lo que su impacto poblacional es modesto. Sin embargo, su impacto cultural fue enorme, al hacer de este territorio, un país de ideas europeas, habla española y religión católica.

La inmigración de personas negras de origen africano tuvo un apreciable papel en la época colonial, puesto que Buenos Aires era un puerto de ingreso y centro comercial de trata de esclavos. Hacia fines del siglo XVII los negros y mulatos representan más de un tercio de la población urbana.



Después de la independencia (1810), los gobiernos prohibieron la trata, enrolaron a los esclavos en el ejército a cambio de su libertad, y la proporción de negros y mulatos comenzó a disminuir: en 1862 constituían solo una décima parte de la población, y, con la inmigración blanca masiva, *desaparecen* (estadísticamente) hacia fines de siglo.

La **etapa de inmigraciones masivas** se extiende entre finales siglo XIX y la primera mitad del XX, y es de origen europeo, y de Oriente Medio en menor medida. De relativamente corta duración (unos 70 años) pero gran intensidad, en esta etapa el impacto demográfico es enorme: El censo del año 1869 registra 187.126 habitantes, y el de 1936, 2.425.142 habitantes en la ciudad. También es intenso el impacto social, puesto que, a partir de una estructura social previa conformada por *criollos* y *españoles*, se configura una nueva población de *argentinos* por su nacimiento, *argentinizados* por su formación escolar, pero descendientes directos de españoles, italianos, y “turcos” (como se acostumbra a nombrar, de modo inadecuado, a los inmigrantes medio-orientales).

Ese resultado es la expresión de un movimiento inmigratorio masivo, que no es espontáneo ni casual, sino el fruto... *de un esfuerzo consciente de parte de las élites que dirigieron la organización del país para sustituir su vieja estructura, heredada de la sociedad colonial, con una estructura social inspirada en los países más avanzados de occidente* (Germani G., 1966, 180).

La **etapa de inmigraciones contemporáneas** se desarrolla desde mediados del siglo XX, y continúa en la actualidad, con inmigrantes de los países limítrofes (Chile, Bolivia, Paraguay), Perú, y en menor medida Asia y Europa oriental.

En este sentido, Buenos Aires sigue lo que parece un patrón general: *Hoy el mapa de migraciones mundial es una densa red multidireccional y compleja. En las últimas décadas, los movimientos de personas se multiplicaron, a la par que lo hicieron los orígenes, destinos y motivaciones. Todas las grandes ciudades son, en la actualidad, enormes babeles multiculturales y lingüísticas* (Barela, L., 2007, 11).

El principal resultado observable de la inmigración en esta etapa, es que está colaborando con el crecimiento del Gran Buenos Aires y de las denominadas *villas miseria* dentro de la Ciudad de Buenos Aires. La población en el año 2010 según datos del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INDEC) era de 12.806.866 habitantes. Le corresponden 2.890.151 habitantes a la Ciudad de Buenos Aires y 9.916.715 en los 24 partidos del Gran Buenos Aires, con elevados. En la Ciudad de Buenos Aires el índice de pobreza es del 4,2% y el de indigencia el 1,7% mientras que en el gran Buenos Aires es de 10,6 % y de 2,4 % en el año 2010 según el INDEC.

Un resultado menos notable de esa migración es la formación en el barrio porteño de Belgrano, de un *enclave asiático*, al que se denomina popularmente (aunque no oficialmente, catastralmente) **Barrio Chino**, y que constituye uno de los atractivos turísticos de Buenos Aires. Es la expresión más importante de la comunidad china instalada en nuestro país, arribada en un proceso migratorio que continua en la actualidad.

Dos características tornan diferente a la migración china contemporánea con respecto a la europea de la etapa masiva:

- su bajo número, que no alcanza a modificar la estructura social,
- pero a su vez, su elevada visibilidad, consecuencia de (lo que para nuestra cultura es) su exotismo.

La anterior enumeración y breve descripción de *períodos*, suscita más dudas que certezas, dudas que se trasforman en preguntas, tales como: ¿Cómo contribuyeron las *migraciones tempranas* al desarrollo de Buenos Aires? ¿Cuál fue su evolución demográfica y de composición social? ¿Y su aspecto físico? ¿Cuál era su situación urbanística, social, política, ideológica, al momento de comenzar la *migración masiva*? ¿Por qué se dio este fenómeno? ¿Cuál era el contexto mundial que lo permitió? ¿Cuál era la situación interna que permitió que la República Argentina, y Buenos Aires en particular, se eligiera como un destino de inmigrantes? ¿La República Argentina fue un actor pasivo, o fomentó activamente la inmigración? Y en ese caso, ¿respondiendo a qué ideas? ¿Mediante qué políticas públicas lo logró? ¿Cuáles fueron las estrategias operativas de los migrantes? ¿Cuáles fueron los resultados de ese proceso? ¿Quiénes y cuántos fueron los inmigrantes? ¿Se modificaron la estructura física y la composición demográfica de la Ciudad de Buenos Aires? ¿Cómo, y en qué medida? Los resultados que se obtuvieron, ¿en qué medida fueron los que se buscaron? ¿Cuáles podrían ser los motivos de las eventuales diferencias existentes entre lo planeado y lo logrado? Dentro del período de *migraciones contemporáneas* ¿cuál es el origen de la *inmigración china*, cuál su motivación? ¿Cómo se organiza en términos prácticos un migrante chino para arribar a la República Argentina, ubicada en las antípodas geográficas, culturales, étnicas, religiosas, y lingüísticas? ¿Cómo se integraron los migrantes chinos a la nueva sociedad que les tocó en suerte? ¿Cómo impactó la inmigración china en Buenos Aires?

### **4.1.1 Organización de los contenidos de este capítulo**

En este capítulo se darán algunas respuestas a esas preguntas.

Puesto que el período de *migraciones tempranas* fue una etapa de larga duración y baja intensidad, de creación y desarrollo físico y social de Buenos Aires, que dio origen a una *ciudad criolla*; que el período de *migraciones masivas* fue de corta duración, de enorme intensidad, y concluyó con la transformación de Buenos Aires en un *ciudad europea*; que el período de *migraciones contemporáneas*, de baja intensidad, lleva unos sesenta años y continúa en la actualidad, contribuyendo a modificar a Buenos Aires en las líneas de lo que se ha definido en la primera parte de esta Tesis como una *ciudad postmoderna*; entonces, este capítulo se presenta organizado en los siguientes apartados:

- La etapa de las inmigraciones tempranas: Buenos Aires, ciudad criolla
- La etapa de la inmigración masiva: Buenos Aires, ciudad europea
- La etapa de las inmigraciones contemporáneas: Buenos Aires, ciudad postmoderna.

## **4.2 La etapa de las inmigraciones tempranas: Buenos Aires, ciudad criolla**

*Las calles en Buenos Aires eran intransitables durante la mayor parte del año, porque las lluvias arrastraban la arena suelta, y dejaban profundo pozos y lodazales a su paso. En la estación de las lluvias, un torrente que llegaba del interior se dividía en dos brazos, uno al norte, el otro al sur.....que cortaban todas las comunicaciones entre los barrios. A menudo las familias pasaban semanas enteras sin poder cruzar la calle (Bourdé, G., 1977,16).*

En este apartado se caracterizará la evolución de Buenos Aires desde su fundación hasta el comienzo de la migración masiva, en sus aspectos físicos (arquitectónicos, urbanísticos), y socio-políticos y económicos. Buenos Aires fue fundada por primera vez en 1536 por Don Pedro de Mendoza, que desembarcó en las costas del Río de la Plata para crear un punto de partida mientras buscaba una ruta fluvial en dirección al Alto Perú. Pero los indios, la naturaleza hostil y el hambre acabaron con los conquistadores españoles, y la misión fracasó. Cuarenta y cuatro años más tarde, Juan de Garay renueva la tentativa y funda la ciudad por segunda, y definitiva, vez en 1580, siguiendo las Leyes de Indias, por las que fortificó la posición,... *distribuyó los solares entre los nuevos vecinos, entregó tierras para labranza en las afueras y constituyó el Cabildo* (Romero, J., 2004, 27).

**Plano 1:** Plano de la fundación de la Ciudad de Buenos Aires. Año 1583.



Fuente: Catálogo digital del Patrimonio Cultural. <http://www.acceder.buenosaires.gov.ar>

La aldea de casas con muros de adobe y techos de paja, un fuerte e iglesia, llevó una vida lánguida durante dos siglos: a mediados del siglo XVII tenía menos de 5.000 habitantes, y a mediados del XVIII apenas 10.000. ... *en muy poco tiempo se nota que Buenos Aires va a ser como dice un contador real muy pocos años después, "la más pobre ciudad de las Indias". ... un pequeño poblado donde hay apenas unos 500 habitantes, en el mejor de los casos, antes de 1610, que son como náufragos en un enorme doble mar, el de la pampa, adonde no se animan a salir, donde no conocen prácticamente nada fuera de los alrededores mismos de la ciudad, y el mar enorme del Río de la Plata, que después desemboca en el océano Atlántico* (Luna F., 1993, a, 15). *Mil españoles y una caterva de esclavos constituyan el vecindario de la capital de la gobernación. ....durante el siglo XVII y buena parte del XVIII,...* (Romero J., 2004, 31).

El estancamiento no fue solo demográfico, y se explica porque Buenos Aires no estaba sobre ninguna de las rutas comerciales entre Perú, México y Sevilla. Puesto que no había riqueza minera en el Río de la Plata, España no tenía interés en el desarrollo del Atlántico Sur, sino que sus prioridades estaban puestas en el Caribe y el Pacífico.

Buenos Aires solo tenía la función estratégica de cuidar la puerta de atrás del Virreinato del Perú, custodiando que ingleses, franceses u holandeses no lo invadieran por esta vía de acceso rápido y fácil a Potosí (Bourdé, G., 1977).

En el siglo XVII la ciudad colonial se desentumece, en gran medida por la quiebra del estado español, y consecuentemente de la Flota de Galeones, y por la desarticulación de todo el sistema comercial marítimo y naval de España, que ya no podía comerciar por sí misma, ni impedir que otros comercien en su zona de exclusividad. Los cueros pampeanos encuentran un mercado en Europa y atraen a los navíos británicos a pesar de las prohibiciones del “exclusivo”, y se incrementa notablemente el contrabando.

En la misma época los portugueses descienden hacia el sur de Brasil en busca de ganado y entran en contacto directo con los españoles. Buenos Aires, la pequeña capital de la gobernación del Río de la Plata, adoptaba ya, pese a su insignificancia, los caracteres de un puerto de ultramar. Situada en una región de escasa población autónoma los vecinos se dedicaron a la labranza ayudados por los pocos negros esclavos que comenzaron a introducirse, y algunos procuraron obtener módicas ganancias vendiendo sebo y cueros, que obtenían capturando ocasionalmente ganado cimarrón que vagaba sin dueño por la pampa. *Desde 1622, una aduana “seca” instalada en Córdoba defendía a los comerciantes peruanos de la competencia de Buenos Aires. Tales restricciones hicieron que el contrabando fuera la más intensa y productiva actividad de la ciudad, y sus alternativas llenaron de incidentes la vida del pequeño vecindario* (Romero J., 2004, 30).

Para hacer frente a los desafíos estratégicos y económicos, la monarquía española, que había cambiado de dinastía, y ahora estaba en manos de la familia francesa Borbón, toma dos medidas decisivas: en 1776 la **creación del Virreinato del Río de la Plata**, y en 1778 la institución del **Reglamento de Libre Comercio**. (Bourdé, G., 1977). La **creación del Virreinato del Río de la Plata**, con capital en Buenos Aires, era una medida largamente solicitada por la población porteña, pero, que había encontrado la fuerte oposición de los comerciantes de Lima, para los que abrir el comercio por el Río de la Plata representaba un peligro para sus intereses. El **Reglamento de Libre Comercio**, estableció la posibilidad de comerciar entre los puertos americanos y los principales puertos españoles. Sin suprimir el “exclusivo”, el Reglamento termina en realidad favoreciendo intereses ingleses vinculados con el contrabando.

En cualquier caso, ambas medidas convirtieron rápidamente a Buenos Aires en una gran aldea en que se desempeñaban funciones políticas (el asiento del Virreinato), administrativas, militares (una importante guarnición), y comerciales, porque por su puerto se canalizó parte del comercio de los productos del alto Perú y de la pampa, además de funcionar como sede del comercio de esclavos de la región.

**Plano 2:** Plano de la Ciudad de Buenos Aires. Año 1759.



Fuente: Catálogo digital del Patrimonio Cultural. <http://www.acceder.buenosaires.gov.ar>

#### **4.2.1 Evolución demográfica**

Entre las fechas clave de 1776 (creación del Virreinato) y mediados del siglo XIX, cuando ocurre la realización de la unidad nacional), la población de Buenos Aires aumentó lentamente, según lo expresan los censos (precarios, poco confiables) de la época.

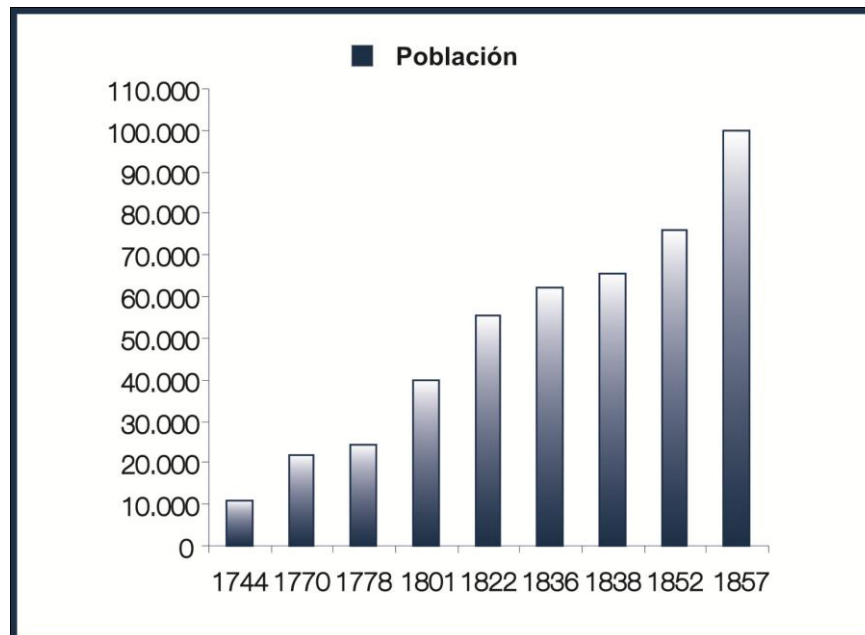


**Tabla 13:** Población de la Ciudad de Buenos Aires.  
Censos del período colonial y de la primera mitad del siglo XIX.

AÑO	POBLACIÓN	FUENTE
1744	11.118	Primer censo
1770	22.007	Concolorcorvo
1778	24.255	Censo de Vértiz
1801	40.000	F. de Azara (estimación)
1822	55.416	Censo de Rivadavia
1836	62.228	Censo de Rosas
1838	65.344	Censo de Rosas
1852	76.000	G. Rawson (estimación)
1857	100.000	E. Coni (estimación)

Fuente: Bourdé, G. 1977.

**Gráfico 2:** Población de la Ciudad de Buenos Aires.  
Censos del período colonial y de la primera mitad del siglo XIX.



Fuente: Bourdé, G. 1977.

*El desarrollo comercial y la creación del Virreinato llevan a la población desde los poco más de 10.000 de mediados del siglo XVIII, a los 50.000 habitantes del momento de la independencia (1810). Guerras civiles, restricciones a la inmigración y débil demanda de mano de obra, detienen el crecimiento, por lo que en la época de Rosas, la población se estancó entre 60.000 y 65.000 habitantes (Bourdé, G., 1977, 19). Finalizado el gobierno de Rosas, a partir de 1852, se favorece la inmigración europea y Buenos Aires crece. Pero aún así, en vísperas de la unidad Nacional (1857), con sus más de 100.000 habitantes, la ciudad criolla no excede las dimensiones de una ciudad provinciana de Europa occidental (Devoto, F., 2006). Entre los factores que contribuyen al estancamiento demográfico, se cuenta la elevada mortalidad (atribuible a insalubridad). El cólera en 1867 afecta a la población y la fiebre amarilla. En 1871, la epidemia se desencadena en los barrios populares de La Boca y San Telmo. Luego se extiende a todos los barrios. ... se interrumpe la actividad económica y los inmigrantes recién llegados retornan, la gente rica se refugia en las aldeas menos amenazadas de Flores y Belgrano (Bourdé, G., 1977, 20).*

Pero hay otro factor que es la limitación impuesta a la inmigración, porque en la época colonial, la metrópoli prohíbe el ingreso de no-españoles. La creación del Virreinato, y el cambio de las políticas comerciales metropolitanas, con el subsiguiente desarrollo comercial, atraen a muchos funcionarios, soldados, religiosos, y comerciantes, por lo que a fines del siglo XVII los pobladores de origen español son tan numerosos como los criollos. Pero de nuevo los gobiernos de la época de la independencia prohíben el ingreso al territorio argentino de inmigrantes, en este caso de españoles, por razones de seguridad (temor a la contrarrevolución), aunque se convoca a otros europeos, por lo que varios miles de ingleses, franceses e italianos se instalaron en Buenos Aires bajo Rivadavia y Rosas (Bourdé, G., 1977 y Devoto, F., 2006).

#### **4.2.2 Economía**

Económicamente Buenos Aires, en su época de Ciudad Criolla, tiene como fuente principal de ingresos a la aduana y la actividad portuaria. Desde el interior llegan caravanas de mulas y carretas, portando vinos y pasas de uvas de Mendoza, metales del alto Perú, tejidos de Tucumán y Salta, cueros de la pampa. Estas caravanas parten de regreso cargadas de productos manufacturados europeos. Mucha de la actividad del puerto fue ilegal, hasta el Reglamento de Libre Comercio y la supresión del monopolio español.



A partir de la Independencia, los cueros representan más de las dos terceras partes del valor de las exportaciones. La carne seca y el sebo representan la cuarta parte. Hacia 1850 comienza el comercio de lanas. Se importan productos alimenticios, trigo y harina, telas de lana y de algodón, madera, herramientas y diversos artículos de lujo. Gran Bretaña provee alrededor del 50% de las importaciones, Francia el 20%, Estados Unidos el 10%, Brasil y otros vecinos latinoamericanos otro 10% (Bourdé, G., 1977 y Romero, L., 2001).

### **4.2.3 Sociedad**

*... los viajeros advertían la vida patriarcal que transcurría en las casas de techos de paja. ...Allí vivían los más ricos, rodeados de esclavos y sirvientes, orgullosos de sus vajillas de plata y de los muebles que habían logrado traer de España o del Perú, y los más pobres, ganando su pan en el trabajo de la tierra o en el ejercicio de las pequeñas artesanías o del modesto conchavos (Romero, J., 2004, 31).*

Socialmente, el control de la mayor parte del comercio exterior argentino y de los ingresos fiscales a través de la Aduana, se expresan en estructuras relativamente simples: una elite dirigente compuesta por la oligarquía criolla y los comerciantes ingleses, el pueblo bajo, algunos comerciantes y artesanos, todos constituyendo una sociedad urbana que conservó rasgos arcaicos en el marco de la economía del cuero.

La oligarquía criolla estaba compuesta por unas doscientas o trescientas familias de descendientes de funcionarios o comerciantes españoles, que toman el poder en 1810, y ocupan los puestos claves en el gobierno, el ejército, la magistratura y la administración. Su poder económico crece al acceder al poder político, lo que se expresa en su acceso a la compra de tierras públicas. La oligarquía criolla se reserva las funciones políticas y las fortunas de la tierra, dejando el comercio y el manejo del crédito en manos de comerciantes británicos, que fundaron sociedades comerciales, y controlaron las compañías navieras y los bancos. Formaban una comunidad cerrada, que conservó las costumbres de su país de origen, aislados en sus propiedades rodeadas de jardines, al sudoeste de la ciudad, y en sus quintas en el campo. Posteriormente, algunos de sus descendientes se integraron a la elite criolla por medio de matrimonios.

Entre la clase baja, figura el servicio domestico de la élite, compuesto fundamentalmente por personas de raza negra, ex-esclavos liberados en 1810, que conservaron su empleo de domésticos en la casa de sus antiguos dueños. Cuando eligieron trabajos independientes, los negros se hicieron zapateros, peluqueros o changadores, y las mujeres, lavanderas.

Continuaron en la pobreza, viviendo en ranchos a la entrada de la ciudad y conservaron el dialecto y las fiestas de su comunidad de origen.

También hay en el Buenos Aires de entonces, una población no-residente, de marineros, carreteros, arrieros (gauchos conductores de ganado a los mataderos), indios que llegan para comerciar pieles, plumas y caza por artículos manufacturados. Y en lo más bajo de la escala social, se encuentran los mendigos (Bourdé, G., 1977 y Romero, L., 2001).

#### **4.2.4 La Ciudad Criolla**

El modelo sobre el que se organiza Buenos Aires es el de la mayoría de las ciudades coloniales: una gran plaza central rodeada de edificios por los cuatro lados, que sirve también como mercado, núcleo de la actividad social, y centro simbólico por sus monumentos y asiento de los poderes públicos. Así, sobre el lado este de la plaza, está actualmente el palacio presidencial del Gobierno Nacional: la Casa Rosada, pero antes el Fuerte, construcción del siglo XVII, residencia de gobernadores, virreyes y dirigentes políticos después de la independencia. Sobre el lado norte, la Catedral y el Arzobispado, y sobre el oeste, el Cabildo: el poder municipal. *Una estructura en damero de 144 manzanas cuadradas de 140 varas de lado, con calles de 11 varas de ancho definía su traza. Su alineamiento-16 manzanas sobre la barranca por 9 de profundidad-y su plaza Mayor descentrada, definieron la impronta de crecimiento radial. En torno a la plaza- sobre la margen del río- se ubicaron el Cabildo, la Iglesia mayor y la casa de gobernador* (Montaner, B., 2008, 11).

Aledaños a la Plaza Mayor había barrios organizados en damero, con calles cortadas en ángulo recto, y cuadras de 120 metros de lado. La *ciudad criolla* ofrecía espacios libre de construcción aún en los mismos lotes cercanos a la plaza, con callejuelas que se introducían entre las casas; jardines y huertas; los frentes de los edificios no seguían una línea. Las calles de la *ciudad criolla* no estaban pavimentadas, no existía servicio de vialidad: eran pozos barrocos y sucios, que conservaron ese mal aspecto hasta las grandes obras de pavimentación de fines del siglo XIX. *En su etapa inicial, e incluso como capital de la gobernación del Río de la Plata desde 1617, tuvo una edificación precaria y humilde, realizada en adobe, que luego fue sustituida paulatinamente por madera, ladrillos y tejas* (Montaner, B., 2008, 11).

Algunos pocos monumentos y algunas plazas rompen la uniformidad del tejido urbano. Las iglesias de San Ignacio, San Francisco, Santo Domingo y la Recoleta datan de mediados del siglo XVIII y son obra de arquitectos jesuitas. Iglesias y plazas, que había en cada barrio, eran centros de la vida social.

*La más grande y celebre es el Retiro, situada junto al río, en el límite norte de la ciudad. Su historia evoca la de la ciudad criolla. Fue mercado de esclavos al comienzo del siglo XVIII, plaza de toros en la época de los virreyes, campo de maniobras para el ejército en los tiempos de la independencia, punto de reunión de las carretas pampeanas a mediados del siglo XIX. A fin de siglo se transforma en la plaza San Martín. (Bourdé, G., 1977, 17). Más allá del espacio construido había un cinturón de huertas y arboledas que separa la ciudad de la inmensidad de la pampa. La parte baja del pueblo (jardineros, pescadores, vendedores ambulantes) vivía a lo largo de los caminos y del río, en ranchos de adobe o barracas de madera. Más lejos a cinco o diez kilómetros del centro aparecen las quintas, residencias de descanso donde las grandes familias de la oligarquía pasan el verano (Bourdé, G., 1977, 18).*

Con la creación del Virreinato del Río de La Plata, aparecieron las primeras mejoras: alumbrado público, adoquinado y la construcción del Consulado, la Catedral y la Alameda y el teatro. *Con sus 25.000 habitantes esta nueva etapa se caracterizó por el afincamiento del sector sur, un primer crecimiento hacia el oeste y la privatización y progresiva ocupación del ejido, que perdió su destino público y común para pasar a ser propiedad de las clases más acomodadas de la sociedad colonial (Montaner, B., 2008,11).*

*Luego de la Revolución de Mayo, las ideas de Rivadavia definieron pautas de crecimiento controlado y de extensión de la trama al suburbio, se plantearon controles de la edificación, la diferenciación de vías de circunvalación (una avenida cada cuatro calles, que hoy se mantiene), un sistema de plazas y espacios abiertos y la definición del primer bulevar de circunvalación, por la actual Entre Ríos-Callao (Montaner, B., 2008,13).*

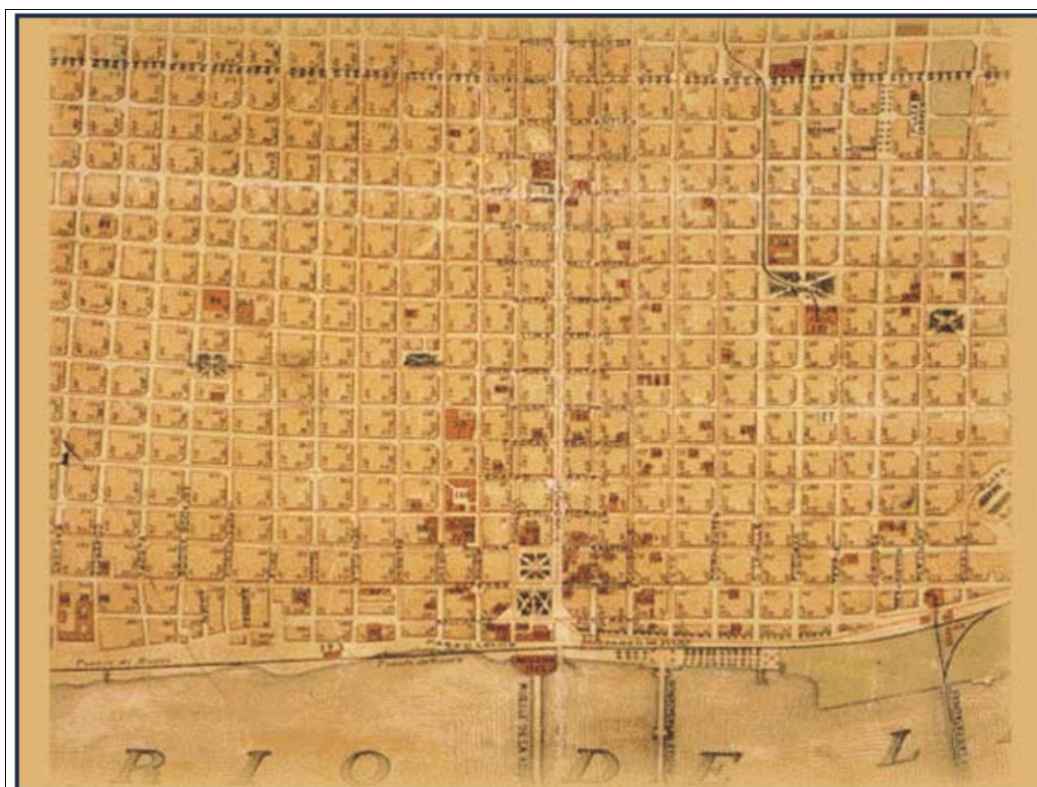
El actual barrio de Palermo era la quinta del Brigadier Rosas, figura política clave y gobernador de Buenos Aires entre 1834 y 1850. Rosas hace plantar árboles y vegetales exóticos. Hoy este parque perdura y es un lugar de recreación para los porteños y turistas.

Entre la creación del Virreinato y la unidad nacional,... *el ámbito urbano de Buenos Aires no se modifica. La Ciudad Criolla ya no tiene las dimensiones de una aldea, pero todavía no tiene el aspecto de una metrópoli. Es una pequeña ciudad de provincia que vive al ritmo de las estaciones, y de la llegada de los barcos, a veces trastornada por el tumulto de las guerras civiles (Bourdé, G., 1977, 14).*

En esta época, la del gobierno de Rosas, Buenos Aires *no es más que un caserío un poco somnoliento, todavía primitivo, que nada la diferencia de las otras ciudades coloniales construidas por los españoles ... alrededor del fuerte y del Cabildo se aprietan casa bajas y rústicas. La ciudad da directamente sobre el río, hacia el este y sobre la pampa abierta y desolada, hacia el oeste* (Bourdé, G., 1977, 87).

A la inercia demográfica de este período, ya mencionada, corresponde un estancamiento en la superficie de terreno ocupada. El repartimiento de Garay establecía dos kilómetros de fachada sobre el río y un poco más de un kilómetro de largo hacia el interior, un espacio de 230 hectáreas que sirvió durante dos siglos para contener a la ciudad. Pero todavía en 1882 se acomoda en un terreno cuya fachada son los tres kilómetros que van de Retiro a San Telmo, y cuyo interior se extiende sobre dos kilómetros entre la playa y la Plaza de Lorea (Bourdé, G., 1977).

**Plano 3:** Plano de la Ciudad de Buenos Aires. Año 1882.



Fuente: Catálogo digital del Patrimonio Cultural. <http://www.acceder.buenosaires.gov.ar>

Entre 1850 y 1880 se consolidó la estructura radiocéntrica y la preponderancia del núcleo fundacional con la presencia institucional en la remodelación del Fuerte, la construcción del primer edificio para el Congreso Nacional, el primer Teatro Colón y la Aduana de Taylor; a la vez, se realizaron obras de carácter higienista: redes de servicios sanitarios y un sistema de arbolado público y de plazas y parques; la extensión del

alumbrado a gas y del pavimento, tranvías a caballo y ferrocarril del Oeste y, en el bajo, del Ferrocarril Central. *En 1887 se incorporaron los partidos de Flores y Belgrano y en 1888 se trazó el límite definitivo de la ciudad con el bulevar de circunvalación que se formalizaría luego en la avenida general Paz* (Montaner, B., 2008, 14).

Las obras emblemáticas de la arquitectura de la ciudad criolla son las que a continuación se mencionan (según Montaner, B., 2008). Todas corresponden al Estilo Colonial:

- Iglesia de San Ignacio (1710)
- Iglesia del Pilar (1716)
- Cabildo (1725)
- Iglesia de San Francisco (1730)
- Iglesia de Santo Domingo (1751)
- Catedral (1752)
- Conjuntos Manzanas de Las Luces (1633)
- Casa de Ejercicios Espirituales (1788)

### 4.3 La etapa de la inmigración masiva: Buenos Aires, ciudad europea

*Una calle de Buenos Aires en 1900: un puesto de zapatero catalán, una mercería francesa, en una obra, albañiles italianos, en la vereda vendedores ambulantes sirios, al fondo una iglesia rusa. Europa se dio cita a orillas del Río de la Plata* (Bourdé, G., 1977, 121).

En este apartado se estudia el fenómeno de la migración masiva, como resultado del que Buenos Aires cambió tan significativamente, tanto en el aspecto físico como en lo social. Ese fuerte impacto de lo *español* (más precisamente de lo *gallego*) y de lo *italiano* se expresa en edificios y áreas urbanas, de lo que son ejemplos la **Avenida de Mayo** y el **Barrio de La Boca**, sectores de la ciudad que se estudian más adelante en esta Tesis, por haber sido primero *destino de inmigrantes*, y ahora *destino de turistas*.

La inmigración masiva de origen europeo de entre 1870 y 1930 fue posible por una conjunción de factores, entre los que hay que considerar cambios internos en las ideas y en su expresión institucional, cambios en el contexto económico doméstico, y en el contexto internacional.

Todos estos procesos serán estudiados en este apartado, que incluye las *estrategias para migrar*.

### **4.3.1 Los cambios en las ideas y en su expresión institucional**

Un nuevo contexto político-institucional comenzó a desarrollarse cuando en 1850, el régimen de Rosas, como gobernador de la Provincia de Buenos Aires, pero a la vez encargado de las relaciones internacionales de la Confederación, y poseedor, además de la estratégica Aduana, cayó la batalla de Caseros, frente a fuerzas que, militarmente no le eran superiores, pero que representaban el futuro: el régimen estaba obsoleto en términos ideológicos y económicos, su líder estaba cansado y solo deseaba reiterarse, y además, estaba imponiendo un freno al desarrollo económico y demográfico de un territorio con grandes potencialidades en el nuevo contexto internacional, caracterizado por el desarrollo del imperio mundial con centro en Londres.

Una elite criolla intelectual, ilustrada, formada en las ideas de la revolución francesa de 1789, del liberalismo económico smithiano y la revolución industrial inglesa, y en el desarrollo de los Estados Unidos, un grupo selecto de pensadores, abogados, políticos, etc. fue perseguido intensamente por el régimen de Rosas, y se había establecido en los países vecinos, en particular, Uruguay, desde donde organizaron y comandaron la caída del caudillo bonaerense.

De este grupo surgieron los que posteriormente serían varios presidentes, y los constitucionalistas que dieron una nueva conformación al país. El resultado de ello, fue que a partir de las últimas décadas del siglo XIX la República Argentina ingresó en una etapa de expansión económica sin precedentes, acompañada por un proceso de pacificación política y de consolidación de las instituciones.

Los ilustrados que depusieron a Rosas, sabían que el territorio, potencialmente rico, era demográficamente un desierto, y que estaba muy retrasado culturalmente. En consecuencia, generaron ideas, y, una vez llegados al poder, establecieron políticas de fomento a la inmigración, que en un contexto internacional favorable, convirtieron a la Argentina en uno de los destinos privilegiados de los movimientos migratorios de la época (Devoto, F., 2003 y Romero, J., 2004).

O sea, que *...la inmigración masiva no fue el fruto de la casualidad, sino el resultado de esfuerzos deliberados y políticas explícitas* (Germani, G., 1965,180).

Uno de los integrantes del grupo de ilustrados exiliados, perseguidos por Rosas, fue Juan Bautista Alberdi, autor de libro "Bases y puntos de partida para la Organización Política de la República Argentina", publicado en 1852, que sirvió de punto de partida para la reorganización institucional establecida por la Constitución de 1853. En ese libro, Alberdi expone sobre la necesidad de fomentar la inmigración, que, para él, trasciende el mero propósito de llenar un desierto, de conseguir manos que trabajen: era un medio de progreso y de *civilización* para América del Sur: *... sin*

*grandes poblaciones no hay desarrollo considerable; todo es mezquino y pequeño. ... si queremos ver agrandados nuestros estados en corto tiempo, traigamos de fuera sus elementos ya formados y preparados...* (Alberdi, J., 2004, 63).

Con el propósito principal y explícito de modificar sustancialmente la composición de su población, y a partir de los ejemplos de Alemania, Inglaterra y Estados Unidos, proponía que se introdujera a los inmigrantes de Europa, y más precisamente a los anglosajones, que iban a transmitir sus valores al conjunto de los habitantes del país: *Europa nos traerá su espíritu nuevo, sus hábitos de industria, sus prácticas de civilización en las inmigraciones que nos envíe. (...) es necesario fomentar en nuestro suelo la población anglosajona. Ella está identificada con el vapor, el comercio y la libertad, y nos será imposible radicar estas cosas entre nosotros sin la cooperación activa de esa raza de progreso y de civilización* (Alberdi, J., 2004, 63).

Alberdi creía en lo que designaba como "la educación de las cosas", que consistía en educar con el ejemplo y con la enseñanza de habilidades concretas, más que con la enseñanza humanística y formal: *Cada europeo que viene a nuestras playas nos traerá más civilizaciones en sus hábitos, que luego comunica a nuestros habitantes, que muchos libros de filosofía* (Alberdi, J., 2004, 63).

*Alberdi, Sarmiento, todos los hombres que después de Caseros se aprestan a dirigir el país, tienen una gran fe puesta en la inmigración, en la posibilidad que vengan miles de europeos para poblar nuestra pampa y enseñar a nuestros habitantes hábitos de trabajo, ahorro, respeto por la autoridad, todo aquello que aun no existe y que hace que nuestro pueblo, a juicio de estos hombres, sea incapaz todavía de gobernarse* (Luna, F., 1993, b, 23).

Además de los *principios*, Alberdi también aborda cuestiones referentes a cómo lograr que se concrete la inmigración, y expone sobre una serie de elementos prácticos a tener en cuenta, tales como:

- la necesidad o conveniencia de **firmar tratados con todos los países**, para dar garantías a los derechos naturales de propiedad, de libertad civil, de seguridad, de adquisición y de tránsito;
- generar las condiciones para la **migración voluntaria** de personas que vinieran seducidas por la oportunidad que se les presentaría;
- sostener la **tolerancia religiosa**, que abriría las puertas del país a personas provenientes de todo el mundo, y no solo de ciertos lugares.

Respecto de la tolerancia religiosa, escribe *Si queréis pobladores morales y religiosos, no fomentéis el ateísmo. Si queréis familias que formen las costumbres privadas, respetad su altar a cada creencia. Llamar la raza anglosajona y las poblaciones de Alemania, de Suecia y Suiza, y negarles el ejercicio de su culto es lo mismo que no llamarlas... excluir los cultos disidentes de la América del sur, es excluir a los ingleses, a los alemanes, a los suizos, a los norteamericanos que no son católicos; es decir a los pobladores que más necesita este continente* (Alberdi, J., 2004, 65).

(Alberdi y Sarmiento) *... querían anglosajones, dentro de lo posible, que tuvieran el mismo tipo de mentalidad que habían visto en Estados Unidos: el pequeño granjero que más o menos se autoabastece, que se siente totalmente autónomo en materia política y no depende del favor del gobierno. .... Esos no vinieron* (Luna, F., 1993, b, 24).

La distribución de los inmigrantes a lo largo del extenso territorio nacional sólo podría ser posible con un buen **sistema de transportes**. El ferrocarril, la libre navegación de los ríos y la supresión de las aduanas interiores eran medidas que Alberdi considera imprescindibles para que la acción colonizadora de Europa penetrara en el interior de nuestro continente. Sostenía también que era necesaria una **reforma de la legislación civil y comercial**, que las adecuara a una futura nueva constitución, para estimular y facilitar la radicación de extranjeros, considerando la posibilidad otorgar a los inmigrantes... *franquicias que les hagan olvidar su condición de extranjeros* (Alberdi, J., 2004, 65).

No dejó de prevenir acerca del temor de introducir una gran cantidad de personas extranjeras: No temáis, tampoco, que la nacionalidad se comprometa por la acumulación de extranjeros, ni que desaparezca el tipo nacional. Ese temor es estrecho... No temáis, pues, la confusión de razas y lenguas. De la babel, del caos, saldrá algún día brillante y nítida la nacionalidad sudamericana (Alberdi, J., 2004, 70).

*Bases y puntos de partida para la Organización Política de la República Argentina* fue uno de los textos fundamentales de la Constitución Nacional de 1853, que en su artículo Nº 25 establece que *El Gobierno Federal fomentará la inmigración europea y no podrá restringir, limitar ni gravar con impuesto alguno la entrada en el territorio argentino de los extranjeros que traigan por objeto labrar la tierra, mejorar las industrias e introducir y enseñar las ciencias y las artes.*

Es de notar la promoción de la inmigración *europea*, proveyendo una definición extensiva de ella en términos *ocupacionales*: *... los extranjeros que traigan por objeto labrar la tierra, mejorar las industrias, e introducir y enseñar las ciencias y las artes.*

En cuanto a los derechos de los inmigrantes, el artículo Nº 20 establece que los extranjeros gozan en el territorio de la Confederación de todos los derechos civiles del



ciudadano; pueden ejercer su industria, comercio y profesión; poseer bienes raíces, comprarlos y enajenarlos; navegar los ríos y costas; ejercer libremente su culto; testar y casarse conforme a las leyes. No están obligados a admitir la ciudadanía, ni a pagar contribuciones forzosas extraordinarias.

En 1875 el gobierno federal decidió organizar el proceso de población, para lo que creó la Comisión General de Inmigración; al año siguiente se dictó la ley N° 761/76, llamada *Ley de Inmigración y Colonización*, que considera inmigrantes a *los extranjeros jornaleros, artesanos, industriales, cultivadores o profesores que con menos de 60 años de edad, buena moralidad y aptitudes suficientes, que lleguen en tercera ó segunda clase (en barco) al territorio de la República para establecerse en ella...* y establece un régimen para ellos.

La Ley de Inmigración y Colonización daba una definición de inmigrante que servía para delimitar quienes tenían derecho a los beneficios que ofrecía el estado argentino. En sus términos, inmigrante era el europeo. El artículo 12 de la ley señalaba... *repútase inmigrante para los efectos de esta ley, a todo extranjero que llegue a la República para establecerse en ella, en buques de vapor o vela... desde los puertos de Europa o de los situados cabos afuera.*

El proceso inmigratorio orientado por esas ideas, modificó la composición social del país de manera radical, y en menos de medio siglo: si en 1869 el país contaba con 1.877.490 habitantes, de los cuales 160.000 habían llegado de Europa en la década inmediatamente precedente; la relación crecería exponencialmente, sumando hasta 1930 un total 6.330.000 inmigrantes, de los cuales 3.385.000 se establecerían permanentemente en el país (los restantes eran los llamados *trabajadores golondrina*, casi todos españoles e italianos, que cruzaban el océano dos veces al año para realizar tarea agrarias estacionales altamente demandantes de mano de obra).

No obstante, el plan de Alberdi no llegó concretarse por completo, puesto que si bien comenzó una etapa en la que la República Argentina recibió una inmigración masiva proveniente de Europa, estos inmigrantes no fueron los anglosajones y alemanes, que se dirigieron mayoritariamente a los Estados Unidos de América y las colonias de la *Commonwealth* británica, sino en primer lugar italianos y españoles y, en segundo lugar, europeos orientales.

#### **4.3.2 Los cambios en el contexto económico doméstico**

*Entre 1862 y 1930, la economía de la República Argentina se define como de exportación de bienes primarios, inserta en la división internacional del trabajo centrado en Londres* (Bourdé, G., 1977, 29).

Inglaterra era la principal exportadora de capitales, con los que se financiaron inversiones para desarrollar infraestructura, en particular, una red de comunicaciones rápidas (ferrocarriles, puertos, líneas de navegación), que vincularon estrechamente el interior argentino con los puertos de Europa. Los inmigrantes europeos llegaron en masa para proveer la fuerza de trabajo indispensable. Este esquema económico llevó a que solo se desarrolle la región pampeana, vuelta al exterior porque fue especializada en la producción de alimentos (principalmente cereales) y de materias primas industriales de origen animal (cueros, lanas, carnes) destinadas al mercado europeo.

Las exportaciones incrementaron la capacidad de Argentina de importar bienes de capital y productos manufacturados, y los ingresos aduaneros aseguraron el funcionamiento del aparato estatal. *En consecuencia la Argentina se equipó, se pobló, se enriqueció pero no se industrializó, o muy poco. Los medios de negocios europeos y la oligarquía terrateniente Argentina tomaron las decisiones y se repartieron los beneficios de la prosperidad* (Bourdé, G., 1977, 29).

Buenos Aires, centro de este dispositivo, punto de contacto entre la Argentina y Europa, puerto de todas las importaciones y exportaciones, llega a ser una de las grandes metrópolis mundiales, la primera ciudad de Latinoamérica. *Los hombres de negocios británicos comprendieron bien que, a pesar de su fertilidad y potencialidad, sin el ferrocarril, la pampa no era más que un desierto sin hombres ni cultivos. En consecuencia invirtieron más de la mitad de sus capitales en equipamiento ferroviario, y diseñaron toda la red que converge al puerto de Buenos Aires, asegurando, además, su hegemonía económica, cultural y política, factor clave que ha desempeñado un papel importante en el crecimiento de la metrópoli Argentina* (Bourdé, G., 1977, 33).

Las compañías extranjeras comienzan a invertir después de 1862, en un momento en que se había logrado ya la unidad nacional, y en que pudieron obtener seguridad en sus contratos, y concesiones ventajosas. Los gobiernos oligárquicos abandonan la construcción de la red nacional de ferrocarriles a las compañías extranjeras, de modo que hacia 1914 las compañías de ferrocarril son mayoritariamente inglesas (80%), francesas (10%) y Argentinas (las líneas deficitarias en el extremo norte y en la Patagonia).

Después de los ciclos exportadores del cuero y de la carne seca de fines del siglo XVII a mediados del XIX, en 1860 comienza un ciclo de exportación de las lanas, y en particular, de cereales, a partir del establecimiento de la agricultura implantada entre 1860 y 1889 por los colonos europeos, que habría de establecer la imagen de la República Argentina como *granero del mundo*. Este período floreciente de la economía nacional se extiende hasta la crisis económica mundial del año 1930.

La relación de la economía nacional con la ciudad es evidente. Buenos Aires vive al ritmo de la economía de exportación, abastece al interior, exporta sus productos. En sus muelles se cargan las balsas de trigo, los fardos de lana, los cuartos de carne congelada que partirán a Europa. En esos mismos muelles desembarcan los inmigrantes estacionales, el material agrícola, todos los equipamientos industriales y agrícolas indispensables, la manufactura que equipará los hogares de la nueva burguesía, los textiles, etc.

A medida que el desarrollo económico se acelera, de 1880 a 1889, de 1904 a 1913, de 1919 a 1929, Buenos Aires prospera, aumenta su población, mejora y agranda su equipamiento urbano. Cuando la coyuntura económica se presenta desfavorable (de 1890 a 1903, de 1914 a 1918), el crecimiento urbano se resiente en diversos grados. Buenos Aires se beneficia estando en el centro de la economía de exportación Argentina.

El control aduanero y la concentración de red ferroviaria hacen de Buenos Aires un monopolio. En la economía de exportación Argentina, Buenos Aires ocupa una posición estratégica casi todos los vínculos comerciales entre Argentina y Europa pasan inevitablemente por Buenos Aires. Sucesivos anillos concéntricos productores, enriquecen a Buenos Aires: el más cercano, el de la ganadera bovina. Más allá, el del cultivo de cereales. Muy distante, el de la ganadería ovina (Romero, L., 2001, Romero, J., 2004 y Bourdé, G., 1977).

### **4.3.3 Los cambios en el contexto internacional ¿por qué se emigraba?**

En el siglo XIX se produjo un fenómeno nuevo en la historia europea: un gigantesco movimiento de la población, pero que no fue uniforme: la cadencia y la intensidad de los flujos inmigratorios cambiaban de país a país y de región a región, como consecuencia de los diversos tiempos en los que obraron los principales factores de naturaleza económica y demográfica, que fueron varios (Devoto, F., 2003, Devoto, F., 2006, Sori, E., 1985 y Moya, J., 1999).

En primer lugar, el **crecimiento de la población europea**, que cambió una historia demográfica de siglos de estabilidad, en que las altas tasas de natalidad eran contrarrestadas por altas tasas de mortalidad (en particular, de mortalidad infantil) debidas a las hambrunas por rendimientos de la agricultura que fueron muy bajos hasta el siglo XVIII, las enfermedades endémicas y epidémicas (viruela, peste bubónica, tuberculosis) y las guerras.

Desde comienzos del siglo XVIII, los cambios en las técnicas de producción agrícola llevaron a mejores rindes, a la vez que cambios en las relaciones de producción y en los regímenes de propiedad llevaron a la progresiva parcelación territorial y al cultivo de las tierras marginales, fenómeno al que se ha denominado **revolución agrícola**, y que fue el apoyo material sobre el que se pudo desarrollar hacia fines del mismo siglo, una **revolución industrial** en Inglaterra, por una sucesión de incremento de la productividad agrícola, acumulación de capital, incremento de la población, empobrecimiento, urbanización, etc.

El proceso de industrialización, sus profundas transformaciones económicas y sus consecuencias sociales y demográficas, se difundieron a la Europa continental durante el siglo XIX. Y si la expansión demográfica, las migraciones del campo a la ciudad, la disminución de los salarios y el incremento de la desocupación del proletariado urbano generaron un marco de posibilidades para la emigración masiva, también hubo otros factores que coincidieron en favorecerlas, y a los que se ha les dado en conjunto el nombre de **revolución de los transportes**.

A partir de la década de 1850, la difusión del ferrocarril agilizó notoriamente el transporte terrestre, permitiendo desplazamientos de más largo alcance de personas y de cargas.

El desarrollo del motor de combustión interna hizo posible el reemplazo de la navegación a vela por la navegación a vapor, lo que llevó al abaratamiento del precio de

los pasajes marítimos, que hacia fines del siglo XIX se tornaron relativamente accesibles.

Por otra parte, con la aparición de los barcos a vapor, el tiempo del viaje desde los puertos italianos de Génova o Livorno a Buenos Aires era de entre 18 y 24 días, menos de la mitad de los más de cincuenta días que llevaba en la década de 1830 cruzar el Atlántico en barcos a vela, sin contar que estas condiciones podían modificarse a causa del mal tiempo o de desperfectos técnicos.

La **conformación de un mercado mundial** crecientemente integrado favoreció el libre movimiento de las personas y el desplazamiento de trabajadores desde zonas con exceso de mano de obra hacia las regiones que la demandaban.

También facilitó el envío de remesas de parte de los emigrantes a sus países de origen, ya que no existían restricciones para el giro de moneda desde los países destino de la migración. Las sumas de dinero que giraban los inmigrantes en forma individual no eran elevadas, pero dada su masividad, la suma total fue significativa, y tuvo una cierta incidencia sobre la economía europea.

Las nuevas condiciones económicas también actuaron como factores de expulsión. Por ejemplo, el desarrollo de determinadas regiones implicó el empobrecimiento de otras. La difusión de procesos de innovación tecnológica que arruinaban a actividades tradicionales, como el artesanado, contribuyó a provocar movimientos de población. En muchos casos los artesanos elegían la vía de la emigración como alternativa a la proletarización, y buscaban ejercer sus oficios en los países de destino.

Aunque el aumento de la población llevaba consigo una creciente demanda de bienes y una mayor producción, la expansión industrial no tenía la capacidad de absorber la oferta de trabajo disponible. Los desplazamientos internos de la población rural hacia las ciudades, y los transoceánicos hacia las ocasiones de trabajo en el extranjero, representaron la respuesta natural a la **presión demográfica diferencial** entre países europeos y americanos.

Se ha tratado de establecer una correlación entre la emigración masiva y la crisis agraria que vivió Europa entre mediados de la década de 1870 y mediados de la de 1890, debida a la depresión de los precios de los cereales generada por la competencia de los granos extranjeros. Ello habría generado la ruina de parte del campesinado, que se habría visto obligado a emigrar. Pero todo ello varió según países y regiones.

Por ejemplo, algunas regiones de Italia, como Liguria, tuvieron su apogeo emigratorio antes de la *Depresión* de 1870, y otras, como Sicilia, lo comenzaron una vez finalizada la crisis. Pero en el Véneto el flujo emigratorio estuvo estrechamente vinculado a las fluctuaciones de la economía agraria.

En lo que respecta a España, el auge de la emigración ultramarina se produjo hacia mediados de los años noventa, cuando Europa en su conjunto comenzaba a salir de la *depresión*. ¿Fue la miseria, generada por las nuevas condiciones económicas, la principal causa de la emigración? Más allá de casos aislados, no parece haber sido la regla, porque la pobreza extrema era más un *obstáculo* que un *motor* de la emigración transoceánica, por varios motivos.

En primer lugar, porque los emigrantes debían hacer frente al costo del pasaje, salvo en aquellos casos en que existieran pasajes subsidiados (como en el caso de Brasil y de Argentina en algunos años).

En segundo término, porque para los sectores más carenciados resultaba difícil disponer de recursos como para sustentarse sin trabajar durante el tiempo del viaje y el que llevara la incorporación al mercado laboral en el país de destino. Que no eran los más pobres los que emigraban se ve corroborado por encuestas realizadas en el Sur de Italia, a principios de siglo XX, que revelaron que muchos campesinos de zonas deprimidas no emigraron a América por falta de dinero para poder hacerlo.

En los casos de España e Italia no se emigraba desde las zonas de latifundio, donde se encuentra la mayor cantidad de jornaleros agrícolas, sino desde aquellas de minifundio, cuyos habitantes, pequeños propietarios o arrendatarios, se encontraban en una situación económica relativamente más holgada.

Pero hay otros factores, que no son demográficos ni económicos, que agregan motivaciones para justificar por los menos alguna parte del movimiento migratorio masivo. Por ejemplo, la emigración podría haber sido una válvula de escape para las sociedades con alta conflictividad frecuentes en el siglo XIX, que en general fue un siglo de **alta conflictividad social**, más allá de las variantes regionales. En España, la **emigración política** se había iniciado con el exilio de liberales y Republicanos, y se continuó más tarde con el de socialistas, anarquistas y comunistas. En algunos casos, como el italiano, las autoridades fomentaban la **emigración de militantes radicalizados**, otorgándoles la libertad y un pasaporte "limpio" a cambio de que abandonaran el territorio italiano.

Algunos autores trataron de encontrar una correlación entre altos niveles de organización social (sindicatos y partidos políticos fuertes) y bajas tasas de emigración, e, inversamente, entre bajos niveles de organización social y elevadas tasas de emigración. Ello no es necesariamente así: podía darse que mientras los estratos más sumergidos elegían la sindicalización o la lucha política, los arrendatarios y pequeños propietarios podían optar por la emigración. No se trataría de altas y bajas tasas *generales* de emigración, sino de diversos estratos sociales *concretos* que emigraban.

Además de estas causas sociales o políticas, otros emigraban por **razones religiosas**, como los miembros de minorías que emigraban para realizar proyectos comunitarios en los países de destino (por ejemplo, los valdenses) así como los grupos víctimas de persecuciones en los países de origen, como los judíos o los armenios.

En una visión de conjunto de fenómeno tan amplio en el tiempo y el espacio, y tan masivo, de entre la variedad de protagonistas y situaciones particulares, es posible recortar dos figuras, dos imágenes prototípicas, con alguna nitidez.

En primer lugar, la de aquellos **afectados en su actividad** por el cambio de las condiciones económicas, demográficas y sociales (nacionales o continentales). Esta categoría abarca desde los artesanos urbanos desplazados por la aparición del sistema de fábrica hasta los agricultores perjudicados por una ampliación de mercados que favorece a ciertas regiones y empobrece a otras. Ambos, artesanos y agricultores, buscan revalorizar, a través de la emigración, sus profesiones, intentan defender actividades que no sólo les permitan subsistir, sino también mantener una forma de sociabilidad y un tipo de estructura familiar. Una segunda figura sería la de aquellas personas **que buscan valorizar al máximo**, a través de estrategias de movilidad social, **ciertas ventajas comparativas que poseen**, como un pequeño capital, un título, o simplemente un conjunto de conocimientos empíricos. Los nuevos espacios que se abren en las sociedades de ultramar aparecen ante ellos como muy adecuados para acelerar la velocidad de su ascenso social en *su país de origen*.

Las condiciones económicas fueron sin duda factores determinantes de la emigración, y variaron de país en país y de región en región. Sin embargo, las motivaciones para emigrar fueron diversas, y no siempre, o exclusivamente, económicas. Es difícil encontrar explicaciones generales que sean satisfactorias para todo tiempo y lugar.

Sin embargo, en última instancia, una decisión tan importante con la de migrar es el resultado de un proceso subjetivo de maduración personal, que implica el interjuego de múltiples factores: *Las causas por las que las personas emigran son siempre subjetivas y muchas veces las complementariedades no sirven para explicarlas* (Pérez Sierra, C., 2002, 390).

#### **4.3.4 Las estrategias para fomentar la emigración**

Al analizar cuestiones migratorias, es conveniente partir de la premisa de la función activa de los sujetos en el proceso de toma de decisiones. Dicho de otro modo, si bien existió, desde mediados del siglo XIX, un contexto internacional y nacional que favoreció el proceso migratorio de masas, los inmigrantes no respondieron *mecánicamente* a los estímulos externos, sino que tomaron su decisión después de

evaluar la información de que disponían, eligiendo determinados destinos en vez de otros, y resolviendo cuáles miembros del grupo familiar emigrarían y cuáles permanecerían en el país de origen.

Desde esta perspectiva (o sea, desde la idea de la *respuesta no mecánica* a un estímulo), un primer tema a considerar es el del acceso a la información, es decir a través de qué vías los potenciales emigrantes obtenían las noticias acerca de las posibilidades que ofrecían los eventuales países de destino, y opciones concretas a partir de las cuales tomar sus decisiones.

Parte de la información les era proporcionada por **agentes de los gobiernos**, de las **compañías de colonización** o de las **compañías de navegación**. Pero los emigrantes también obtenían la información clave y tomaban sus decisiones a través de las **relaciones personales** que mantenían con parientes, amigos y vecinos. Estas constituían las **redes sociales primarias** o de interacción cara a cara, que no sólo proporcionaban información, sino también propuestas concretas y garantías seguras para llevar a cabo el viaje, obtener trabajo y alojamiento en el país de destino.

Este sistema fue observado por los primeros estudiosos de la migración masiva, y recibió el nombre de **cadena migratoria** por parte de los medios académicos en la década de 1950, a partir de trabajos de historiadores neozelandeses y australianos. La *cadena migratoria* ha sido definida por McDonald, J. y McDonald, L. (1964) como ... *el movimiento a través del cual los presuntos emigrantes se enteran de las oportunidades, son provistos de transporte y obtienen su instalación inicial y empleo, por medio de relaciones sociales primarias con inmigrantes anteriores* (Devoto, F., 2003, 22).

El concepto de *cadena migratoria*, que fue reformulado más tarde por otros estudiosos, y más allá de sus variantes, pretende recuperar la experiencia vivida de los migrantes como sujetos activos capaces de formular estrategias de supervivencia y readaptación en contextos de cambio macroestructurales, y no como masas inertes arrastradas por las fluctuaciones del capitalismo (a través de la combinación de *factores de atracción* y de *expulsión*). La *cadena* no operaba sólo en sentido bipolar, de los pueblos de origen a un determinado lugar de destino; era más frecuente el caso de la multipolaridad de destinos, con varios casos *asistidos* por la cadena.

Aunque las **políticas públicas migratorias** constituyen un aspecto importante en todo este proceso y, en general, son la condición formal *sine qua non* para que se puedan verificar y registrar los movimientos migratorios, la mayor parte de los emigrantes no utilizó los servicios impersonales de reclutamiento y asistencia ofrecidos por los Estados o los entes públicos.



Por ello, el concepto de *cadena migratoria* resulta más eficaz que el análisis de documentos, leyes y políticas públicas para explicar, finalmente, quién emigró, hacia dónde, por qué medios, con qué apoyos, y en qué ocupación se desempeñó.

Y sin embargo, las estrategias migratorias no se agotan en el estudio de las *cadenas*, sino que implica también remarcar que la emigración era en la gran mayoría de los casos no tanto el resultado de una decisión individual sino que constituía parte de un **proyecto familiar**, bien calibrado y que respondía a exigencias precisas. Desde este punto de vista, las razones para la emigración eran variadas: enfrentar algún problema concreto y coyuntural, pagar una deuda, afrontar los gastos que demanda la atención de la enfermedad de algún miembro de la familia, superar una calamidad imprevista, resolver situaciones características de la estructura de la sociedad campesina, tales como los casamientos, las dotes, la compra o el mantenimiento de la propiedad de la tierra, etc.

Desde el punto de vista de las **políticas y acciones públicas** desarrolladas por el Estado argentino en las décadas durante las que se prolongó el proceso de migración masiva, hubo diversos momentos, pero, en general el gobierno se limitó a **encauzar la inmigración espontánea**. En algunos momentos, **la fomentó**, mediante acciones de propaganda a través de agencias oficiales, en ciudades y puertos de Europa. Durante algunos breves períodos, **la estimuló** o directamente **impulsó**, en especial durante el gobierno de Juárez Celman (1886-1890), que desde 1888 subsidió anticipos para el importe de pasajes de los inmigrantes, con resultados catastróficos; la Cancillería emitió en 1891 un informe muy negativo acerca de la experiencia, y el 31 de mayo de ese año se eliminó el subsidio.

No obstante estas medidas, el alto precio alcanzado por la tierra, motivado en parte por la especulación de los sectores afines al gobierno, detuvo en parte el influjo migratorio y movió a muchos de los migrantes a retornar a su país de origen.

Otra modalidad que adoptó la intervención estatal, fue la de prestar **asistencia a los inmigrantes a su llegada**, para lo que a principios del siglo XX se construyó en Buenos Aires un complejo integrado por diversos pabellones, con el objetivo de recibir, prestar servicios sanitarios y de empleo, alojar y distribuir a los inmigrantes, etc. (Devoto, F., 2003). Cada uno de estos edificios cumplió una función en la organización general de las tareas vinculadas a la inmigración. El proceso del desembarco comenzaba en el abordaje de una junta de visita a cada barco que llegaba, a fin de constatar la documentación exigida a los inmigrantes de acuerdo a las normas. El control sanitario también se realizaba a bordo, por un médico asignado a ese fin. La legislación prohibía el ingreso de inmigrantes afectados de enfermedades contagiosas, inválidos, dementes o sexagenarios.

La tarea que se desarrollaba en la Oficina de Trabajo, en sus comienzos, consistía en la búsqueda de empleo, colocación y traslado de los inmigrantes al sitio donde hubieran sido solicitados. Paulatinamente, extendió sus funciones, y hacia 1913 contaba con salas destinadas a la exposición de maquinarias agrícolas y la enseñanza de su uso para los hombres, oficina de colocación para las mujeres, oficina de intérpretes, y salas donde se proyectaban películas descriptivas de la República Argentina y de su riqueza y posibilidades; asimismo, disponía de una oficina encargada de confeccionar las cédulas de identidad de los inmigrantes, de acuerdo al "moderno sistema Vucetich", dactiloscópico. También desde este edificio, que señala la entrada principal al conjunto, se ejercía la dirección y planificación de las políticas migratorias en todo el país, y la administración del Hotel de Inmigrantes.

El Hospital de Inmigrantes estaba equipado con los elementos más modernos de su época, y le cupo la función de atender a quienes llegaron a Buenos Aires afectados, sobre todo, por enfermedades vinculadas a las vicisitudes del viaje, la mala alimentación y las penurias.

El Hotel de Inmigrantes tenía capacidad para alojar 4.000 personas, y era un servicio gratuito, que se limitaba, reglamentariamente, a cinco días, pero que, sin embargo, generalmente se extendía por casos de enfermedad o por no haber conseguido un empleo. Durante la mañana, las mujeres se dedicaban a los quehaceres domésticos, como el lavado de la ropa en los lavaderos, o el cuidado de los niños, mientras los hombres gestionaban su colocación en la Oficina de Trabajo. Los migrantes alojados en el Hotel tenían un documento especial, que les permitía entrar y salir libremente, y conocer poco a poco la ciudad (Devoto, F., 2003).

Este complejo dejó de funcionar en 1953, y en 1995 fue convertido en Monumento Histórico Nacional. Actualmente es sede del Museo Hotel de Inmigrantes, a cargo de la Dirección Nacional de Migraciones.

#### **4.3.5 Los efectos de la inmigración masiva**

Después de una *nota aclaratoria inicial*, en este apartado se recopilan los principales efectos de la migración masiva (*principales* según los objetivos de esta Tesis), tanto en lo que se refiere a las llegadas de inmigrantes, procedencias características, etc. cuanto a los cambios que experimenta la ciudad, físicos y sociales.

##### ***Nota aclaratoria inicial***

Al abordar el análisis de los datos que siguen, en que se establecerán comparaciones entre "argentinos" y "extranjeros", debe considerarse un problema inicial: ¿Cómo definir quiénes son los argentinos?

Según cómo se los defina será su número, y esto ejercerá influencia en la comparación con el otro grupo. Dicho de otro modo, si el denominador de una fracción, o sea, el total de la población, se mantiene sin cambios, los cambios en el *numerador*, que será ser mayor o menor según cómo se definía “argentino”, harán variar el resultado. Las alternativas para definir “argentino” podrían ser:

- los criollos
- los extranjeros naturalizados
- los hijos de inmigrantes

Y esta consideración fue variando con los años. Por ejemplo, los gobiernos oligárquicos bloqueaban el acceso a la ciudadanía, por lo que los **extranjeros naturalizados** son, estadísticamente un número bajo. Pero en cambio con la adopción del *jus soli* (con la ley de ciudadanía en 1869 ley N° 346) que significó la naturalización por el nacimiento en territorio argentino, se hace *argentinos* a todos los **hijos de inmigrantes**, y entonces la proporción de “argentinos” crece. El criterio vago de *nacionalidad Argentina*, que agrupa sin hacer diferencia a los criollos y a los hijos de inmigrantes, deforma las proporciones y acarrea algunas dificultades en la interpretación de los datos.

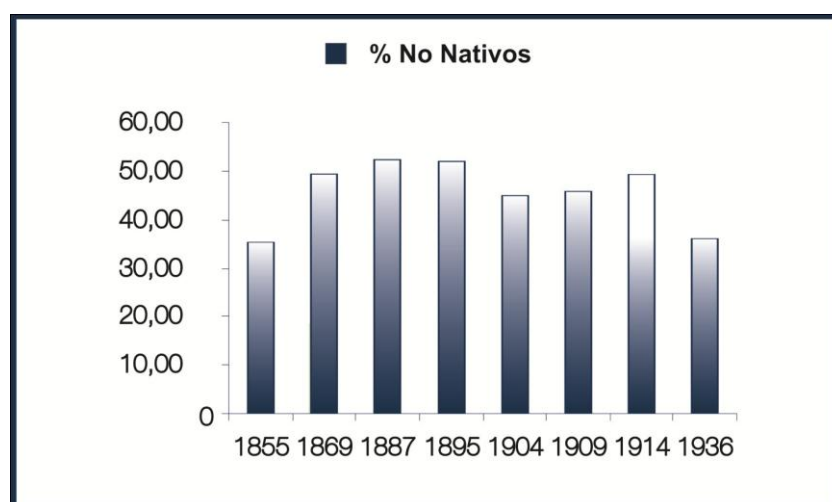
En la tabla N° 14 se puede observar la evolución de la población de 1885 a 1936. La fuente es el Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires (en adelante G.C.B.A.). Los censos recogidos en los años 1855, 1877, 1904, y 1936 fueron de la ciudad, mientras que los restantes fueron de orden nacional.

**Tabla 14:** Población Total Censada, y No Nativos (total y proporción), 1855-1936, en la Ciudad de Buenos Aires.

AÑO	POBLACIÓN	NO NATIVOS	% TOTAL DE NO NATIVOS
1855	92.709	32.726,28	35,3
1869	187.126	92.253,12	49,3
1887	433.375	226.655,12	52,3
1895	663.854	345.204,08	52,0
1904	950.891	427.900,95	45,0
1909	1.231.698	561.654,28	45,6
1914	1.576.597	777.262,32	49,3
1936	2.415.142	871.866,26	36,1

Fuente: Dirección General de Estadística y Censos (G.C.B.A.), sobre la base de los resultados de los respectivos censos.

**Gráfico 3:** Proporción de No Nativos 1855-1936. Ciudad de Buenos Aires.



Fuente: Dirección General de Estadística y Censos, Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires (G.C.B.A.), sobre la base de los resultados de los respectivos censos.

La siguiente tabla, muestra la distribución de la población no nativa de Buenos Aires, según su nacionalidad

**Tabla 15:** Proporción de los Grupos Nacionales en la población extranjera en Buenos Aires 1869-1936.

NACIONALIDADES	1869	1887	1895	1904	1909	1914	1936
ITALIANOS	47,9	60,4	52,5	53,4	49,3	39,1	34,3
ESPAÑOLES	15,8	17,3	23,2	24,5	31	38,4	37,2
FRANCESES	15,3	8,7	9,6	6,4	4,5	3,4	1,7
INGLESES	3,4	1,8	1,9	1,2	1,2	1,1	0,5
ALEMANES	2,2	1,7	1,5	1,2	1,3	1,3	2
AUSTRIACOS	0,5	0,9	0,8	0,7	0,7	0,9	1,4
URUGUAYOS	6,6	4,8	5,4	6,7	4,7	3,5	3
SUIZOS	1,5	1,1	0,8	0,6	0,4	0,4	3,6
RUSOS	—	—	0,3	0,3	2,4	3,6	1,7
TURCOS	—	—	—	—	0,6	1,9	—
	100	100	100	100	100	100	100

Fuente: Bourdé, G., 1977, 160.

**Tabla 16:** Grupos Nacionales en la Ciudad de Buenos Aires 1869-1936.

GRUPOS NACIONALES	1869	%	1887	%	1895	%	1904	%	1909	%	1914	%	1936	%
EXTRANJEROS	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ITALIANOS	44.233	23,6	138.166	31,8	181.693	27,3	228.556	24	277.041	22,4	312.267	19,8	298.664	12,3
ESPAÑOLES	14.609	7,8	39.562	9,1	80.352	12,1	105.206	11	174.291	14,1	306.850	19,4	324.650	13,4
FRANCESES	14.180	7,5	20.031	4,6	6.838	4,9	27.574	1,8	25.751	2	27.923	1,7	15.192	0,6
INGLESES	3.174	1,6	4.160	0,9	5.297	1	5.400	0,5	7.113	0,5	9.195	0,5	4.906	0,2
ALEMANES	2.070	1,1	3.900	0,8	3.057	0,8	5.169	0,5	7.444	0,6	10.942	0,6	17.433	0,7
AUSTRIACOS	544	0,2	2.900	0,4	1.217	0,1	3.385	0,3	4.429	0,3	7.572	0,4	12.304	0,5
RUSOS	-	-	188	-	205	0	3.208	0,3	13.714	1,1	28.846	1,8	31.368	1,2
TURCOS	-	-	-	-	2.829	-	1.641	0,1	3.892	0,3	15.847	-1	15.019	0,6
SUIZOS	1.401	-	2.582	0,5	1.831	0,1	2.578	0,2	2.570	0,2	3.316	0,2	2.917	0,1
BELGAS	163	-	596	0,1-	-	0,1	1.456	0,1	1.399	0,1	1.713	0,1	1.257	0
POLACOS	-	-	-	-	18.976	-	-	-	-	-	-	-	46.519	-
URUGUAYOS	6.117	-	11.136	2,5	-	2,8	28.747	3	26.784	2,1	28.436	1,8	26.243	1
NATURALIZADO	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	18.450	1,1	66.572	2,7
TOTAL EXTRANJEROS	92.158	49,3	228.641	52,7	345.493	52	427.850	44,9	561.185	45,5	797.969	50,6	870.722	36
ARGENTINOS	94.968	50,7	204.774	47,2	318.361	47	523.041	55	670.513	54,4	779.519	49,4	1.543.107	63,8
POBL. TOTAL	187.126	100	433.375	100	663.854	100	950.891	100	1.231.698	100	1.575.814	100	2.415.142	100

Fuente: Bourdé, G., 1977.

En un momento tan temprano del proceso como 1869, la población de Buenos Aires está compuesta en partes iguales por *extranjeros* y *argentinos*. La oleada migratoria de los años 1880 refuerza el elemento extranjero, que pasa a ser mayoritario: 52% en 1887. Los extranjeros desembarcados tienen muchos hijos *argentinos*, y entonces la proporción de *extranjeros* se reduce a un 45% en 1904. En vísperas de la Primera Guerra Mundial la llegada masiva de nuevos inmigrantes restablece el equilibrio: 50% de *extranjeros* y 50% de *argentinos* en 1914. Más tarde, en 1930 cuando cesa el flujo migratorio, la comunidad extranjera disminuye proporcionalmente, pero hacia 1936 todavía representa más de un tercio de la población urbana.

De los inmigrantes instalados en la República Argentina, la Ciudad de Buenos Aires concentra una gran proporción: 41% en 1869, 34% en 1895, 32,9% en 1914. Dos extranjeros de cada tres se establecen en Buenos Aires y en su zona de influencia inmediata.

Los italianos forman la comunidad extranjera más numerosa: en 1869 ya representan el 23,6% de la población total de la Ciudad de Buenos Aires, y el 47,9% de la población extranjera. Su crecimiento es sostenido, de modo que en 1887 constituyen casi un tercio de la población total (31,8%) y cerca de dos tercios de la población extranjera (60,4%). Desde entonces los italianos siguen aumentando en valor absoluto, pero disminuyen en valor relativo: respecto de la población extranjera, son 52,5% en 1895, 53,4% en 1904, 49,3% en 1909 y 39,1% en 1914.

Con respecto a la población total, agrupan 27,3% de los efectivos en 1895, 24% en 1904, 22,4% en 1909 y 19,8 en 1914. Después de la Guerra Mundial los españoles los aventajan, y en 1936 son el 12,35 de la población total y 34,4% de la población extranjera.

Los españoles integran el siguiente grupo en cuanto a importancia numérica. En la población total su proporción crece de 7,8% en 1869, a 9.1% en 1887, a 12,1% en 1895 a 14,1% en 1909 y a 19,4 % en 1914. En relación con la población extranjera su proporción también aumenta regularmente, desde un 15,8% en 1869, al 37,2 % en 1936, en que aventajan a los italianos y son la comunidad más numerosa.

Las otras comunidades tienen importancia menor que las dos anteriores. Los franceses, tan numerosos como los españoles al principio (7,5% de la población total y 15,3% de la población extranjera en 1869) pierden progresivamente importancia hasta representar en 1914 solo 1,7% de la población total y el 3,4% de la población extranjera. Los ingleses y los alemanes experimentan una evolución similar. Los rusos, los turcos y en menor medida, los austro-húngaros están prácticamente ausentes al principio del período. Aparecen hacia 1895 y su número crece rápidamente en la *Belle Epoque*.

Entonces constituyen comunidades tan importantes como las de los ingleses y los alemanes. En 1914, los rusos ocupan el tercer puesto en los grupos extranjeros (1,8 sobre la población total y 3,6% sobre la población extranjera). En 1936, los polacos alcanzan proporciones apreciables (1,9% en relación con la población total y 5,3% con la población extranjera).

### ***Características de la inmigración española***

Es difícil exagerar la importancia de la inmigración española en la formación histórica de la Argentina. ... influencia española en la organización rural (la hacienda, la estancia), la traza urbana, el lenguaje, la religión, las leyes y la cultura... Al comienzo de su independencia, pues, la Argentina era probablemente la más española, o hispano criolla, de las nuevas repúblicas americanas, por lo menos en términos demográficos. Un siglo después la inmigración masiva había provocado que esa presencia retornara a un punto muy relevante. Según el censo nacional de 1914, una décima parte de los habitantes de la república (829.701 de 7.885.980), había nacido en España ... en 1909 el 22% de los comercios de todo tipos existente en la capital estaban en manos de inmigrantes españoles, pero la proporción se elevaba hasta el doble o más en algunos rubros específicos como las tiendas y mercerías, los almacenes, los bazares, los bares y cafés, los tambos, los hoteles, las librerías o las agencias de colocación ... (Fernández, A., y Moya J., 1999, 10).

*Entre 1880 y 1930, Argentina recibió dos millones de españoles, de los que alrededor de un 60% (1,2 millones) permaneció definitivamente en el país. Eran el segundo grupo en importancia, tras los italianos (1,5 millones) (Núñez Seixas, X., 2007, 30).*

La **causa** principal de la inmigración de españoles a mediados del siglo XIX fue la pobreza, así como también el arduo servicio militar que obligaba a los soldados a prestarlo durante unos ocho años. En 1870, las condiciones rurales en España (jornales magros, crítica situación económica) más las posibilidades que otorgó ese país para emigrar favorecieron quizás a la mayor emigración en España. El flujo inmigratorio se prolongó hasta 1952, pasando el período postguerra (Fernández, A. y Moya J., 1999).

Los **lugares de proveniencia** fueron Asturias, Cantabria, el país Vasco, y Andalucía, aunque también embarcaron de Madrid, Extremadura o las Islas Canarias. Pero la mayoría procedía de **Galicia**: entre 1885 y 1895, única década en la que las estadísticas de salida españolas incluyen la procedencia provincial, el 55,8% de todos los ciudadanos españoles llegados a Argentina eran gallegos.

Durante el primer tercio del siglo XX, los gallegos constituyeron alrededor de un 50-55% del contingente de españoles residentes en Buenos Aires. Ello suponía entre 150.000 y 200.000 inmigrantes nacidos en Galicia en vísperas de la Guerra Mundial, y entre un 8% y un 10% de la población porteña en 1914. Entonces se decía que Buenos Aires era la mayor ciudad de Galicia (mayor que Vigo y A Coruña).

En los catorce años que componen los períodos 1885-1895 y 1912-1914, unos 150.000 **andaluces** emigraron a la Argentina. Entre 1880 y 1930, la media porcentual sobre el total de españoles se situaría entre un 15% y un 20%. Proviene sobre todo de las provincias de Almería, Cádiz, Granada, Huelva, Jaén y Málaga y se establecieron en su mayoría en Buenos Aires y La Plata, pero también en Mendoza y San Juan, que poseen un clima similar al de Andalucía, donde se dedicaron al cultivo de la vid y el olivo y a la producción de vino.

Los gallegos y los catalanes **se radicaron**, en general, en la ciudad. Los meridionales, en Mendoza, Río Negro y Entre Ríos, dedicándose, principalmente al trabajo rural en las plantaciones. Los valencianos fueron a Corrientes y a Misiones. Los asturianos se instalaron en las provincias andinas, en el noroeste del territorio argentino. Los andaluces se dedicaron, mayormente, a la horticultura. Los vascos se dedicaron al campo argentino con empeño singular, como ganaderos, tamberos y fruticultores (Fernández, A. y Moya J., 1999).

*La inmensa mayoría de los inmigrantes gallegos era de **origen** campesino. Y en cuanto a las **estrategias para migrar**, la mayoría lo hizo siguiendo el modelo de emigración canalizada a través de dinámicas microsociales espontáneas, y no institucionales, vehiculizadas por medio de redes sociales y cadenas migratorias (Núñez Seixas, X., 2007, 30).*

El **predominio masculino** era evidente –aunque inferior al que se registraba entre los italianos–, y se mantuvo hasta la segunda década del siglo XX, en que la incorporación de la **mujer inmigrante** al mercado laboral de los servicios urbanos experimentó una fuerte expansión, traducida en el notable incremento del número de aquellas que viajaban solas desde 1910. Eran sobre todo hombres jóvenes en edad laboral, que en su mayoría se desplazaban solos, con alta expectativa de retorno, y que solo en una segunda etapa llamaban junto a ellos, si los había, a sus mujeres e hijos. Es una tendencia al **reagrupamiento familiar** que se vio complementada por el aumento de inmigrantes de sexo femenino.

Por otro lado, la **reducción progresiva de los costes de viaje** merced a la introducción del vapor en los buques transoceánicos permitió incluso formas de **migración estacional**, en cuantía difícilmente determinable: hombres jóvenes que se dirigían al Río de la Plata para allí trabajar en labores agrícolas en el interior argentino durante una parte del año y volvían después a Galicia (Núñez Seixas, X., 2007, 31).

A pesar de ser de origen mayoritariamente campesino, y en menor proporción marino, los gallegos se asentaban sobre todo en las ciudades, o en los alrededores en expansión de las grandes urbes. *En 1914, un 73% de los inmigrantes españoles se concentraba en áreas urbanas, proporción mayor que en otros grupos inmigrantes. Pero los gallegos eran aún más urbanos que el conjunto de los españoles, y mostraban una acusada preferencia por la Ciudad de Buenos Aires y las localidades colindantes.* Si en algo dejó su sello el inmigrante gallego en la ciudad, fue sin duda en su ocupación en los servicios y en el pequeño comercio minorista urbano y semiurbano. De acuerdo con los datos del censo municipal de Buenos Aires en 1909, los españoles eran propietarios del 22,1% de los comercios de la Ciudad, con mayoría en tiendas y mercerías (59,9%), bares y cafés (34,3%), bazares (32,6%), almacenes (31,3%), hoteles y pensiones (27,9%) y ventas de comestibles (27,4%) (Núñez Seixas, X., 2007, 31-33).



### **Características de la inmigración italiana**

La llegada de inmigrantes italianos comenzó en 1870, fue masiva hasta 1930, y continuó con una menor intensidad hasta bien entrada la década de 1970. En 1887 eran 138.166 italianos en la Ciudad de Buenos Aires, representando el 31,8% de la población total. Desde entonces los italianos aumentan en valor absoluto. El censo de 1914 marca el punto más alto de habitantes italianos (312.267).

Fueron diversas la **causas** de emigración del pueblo italiano hacia la Argentina, entre las que se pueden mencionar:

- la débil capacidad de adaptación de la economía italiana a la revolución industrial,
- las reiteradas crisis de subsistencias entre 1816 y 1917,
- las epidemias de cólera 1835-37; 1854-55; 1865-67; y 1884-85,
- la intención de solucionar la criminalidad mediante la expulsión de los italianos que no se "adaptaban" al sistema industrial,
- la presión demográfica.
- las penurias surgidas a partir de las altas tasas de interés y la usura. Para muchas familias, las hipotecas que pesaban sobre sus tierras ponía en riesgo su propiedad, y en consecuencia la migración de algún miembro de la familia permitió conseguir ganancias externas, que se enviaban a la familia de origen.
- la compleja adaptación de los artesanos al proceso industrial. Ante la imposibilidad de competir con la industria, emigran para mantener su tradición de trabajo en países aún no desarrollados que valorasen su "arte". Tal fue el caso de muchos zapateros, sastres, trabajadores del cuero, que eran superados por la producción industrial.
- La Primera, y luego, la Segunda Guerra Mundial, y sus duras consecuencias económicas (Sori, E. ,1985; Devoto, F., 2003; Devoto, F., 2006).

La proveniencia mayoritaria fue de Sicilia, Campania, Calabria, Piamonte, Liguria, y Lombardía. Los campesinos provenientes del norte se establecieron como chacareros en la región pampeana de las provincias de Santa Fe y Córdoba, así como en la provincia de Mendoza. Constituyeron el principal contingente poblacional en la fundación de la ciudad de Resistencia, capital de la provincia de Chaco. Sin embargo *Según los censos argentinos de 1895 y de 1914, la Capital Federal congregó a la mayoría de los italianos llegados a la Argentina (38% del total de italianos en el país en 1895 y 35 % en 1914). (Devoto F., 2004, 148). Y en particular, un barrio: La Boca del Riachuelo: La Boca, zona poblada inicialmente por los navegantes ligures que llegaron en tiempos de Rosas, conservaba hacia fin de siglo una fuerte presencia de*

peninsulares entre sus pobladores (alrededor de un 40% del total de los habitantes del barrio) (Favoro, L., 1985, 169).

*Hacia el final del siglo pasado, la mayor colonia italiana en la Argentina y quizás en el mundo, estaba sin duda en Buenos Aires. Por número, por industrias, por profesionalidad, aun en las artes liberales, ésta ocupa un lugar eminente en la vida económica y social de la ciudad. ... en Buenos Aires, los italianos ocupaban el primer lugar, apenas después de los argentinos, entre los propietarios de inmuebles, y sus propiedades eran superiores en cantidad y valor a los de todos los extranjeros. La comunidad italiana tenía además desde 1884 la cámara de comercio, bancos, hospital y más de 50 sociedades italianas, entre benéficas, ayuda mutua e instrucción (De Rosa, L., 1985, 242).*

### **La Vida Asociativa de Españoles e Italianos en la Ciudad de Buenos Aires**

Según autores como, Devoto, F. (2003) y Llorden Miñambres, M. (1994) los inmigrantes españoles e italianos crearon en la ciudad de Buenos Aires, y en diversas ciudades argentinas y del mundo, asociaciones mutuales de beneficencia, socorros mutuos, de actividades económicas, de defensa de intereses gremiales o sectoriales, asistenciales, educativos y culturales, etc. Estas entidades estaban organizadas en base a las regiones, más que a los países, de origen.

La primera entidad española data de 1852: Sala Española de Comercio.

*En 1857, nació la Asociación Española de Socorros Mutuos, que llegaría a ser una de las mayores instituciones de este tipo en Buenos Aires-y tal vez en el mundo-medida por número de socios (en el periodo de entreguerras llegaría a 33.000) y un año más tarde la sociedad mutual italiana Unione e benevolenza (Devoto, F., 2003, 241).*

Para autores como Devoto, F. (2003, 2006); Llorden Miñambres, M. (1994); Núñez Seixas, X. (1999), el *mutualismo* se dio entre todos los inmigrantes en todas partes del mundo, en tanto esas entidades proveían a sus necesidades básicas.

Sus objetivos básicos eran tres:

- cobertura médica, que incluía desde atención hasta medicamentos,
- sepelios, que abarca desde derecho al panteón social hasta la provisión de una comisión de socios y a veces banda de música en los entierros,
- y un ámbito de sociabilidad, que comprendía fiestas y reuniones sociales hasta juegos recreativos.

Otras funciones de las asociaciones mutuales fueron sostener un seguro de desempleo y la repatriación de socios indigentes, y alguna ayuda humanitaria a los países de origen en casos de catástrofes naturales.

Estas asociaciones llegaron a tener teatros, orquesta coros, y cine, tales como, en Buenos Aires, los teatros Avenida y Cervantes de la colectividad española, y el Teatro Verdi inaugurado en 1878 en el **Barrio de La Boca**, de la colectividad italiana.

Las entidades españolas siguieron un patrón territorial que expresaba más complementariedad que competencia entre las distintas entidades. Las nuevas surgían crecientemente en barrios periféricos, a comenzar por la de Barracas, pero asociadas desde el inicio o muy rápidamente con el entidad madre, la Asociación Española de Socorros Mutuos, que estaba instalada en el barrio de Montserrat.

Las italianas en cambio seguían un itinerario autónomo y ello llevaba a una creciente competencia, en especial entre las entidades mayores (a las dos primeras se sumaría luego la Unione Operari Italiani) este proceso tan diferenciada respondía, a las distintas características de los grupos dirigentes. En cualquier caso, italianas y españolas tenían en común, en los primeros tiempos de ser entidades abiertas a personas originarias de cada una de las penínsulas.

Dado que un tema central para la experiencia cotidiana de los inmigrantes era el de la salud, que explica en gran parte la fuerza del movimiento mutualista, otro tipo de instituciones más abarcadoras y en las que participaban los inmigrantes y extranjeros más exitosos de cada grupo nacional, además de funcionarios diplomáticos, fueron los hospitales comunitarios, como el Hospital Italiano (1872), y el Español (1877).

Los más acomodados buscaban integrarse en asociaciones, puesto que les ofrecía, además, la posibilidad de conseguir prestigio social, de interacción con las autoridades consulares del país de origen, visibilidad en los actos públicos, etc. Era la búsqueda de un espacio de legitimidad social que coronase éxitos económicos, a veces velozmente adquiridos.

No solo las entidades mutuales desempeñaban el rol de ámbitos de sociabilidad para sus miembros: también existían otras entidades que cumplían sola esta tarea, como círculos de elite o clubes que reunían a sectores medios acomodados. Por ejemplo, en 1873 nace el Circolo Italiano, que sería la institución emblemática. Confluyen allí los notables económicos, y los ricos comerciantes.

Un segundo tipo de entidad social que en Buenos Aires serían muy importante número de socios eran aquellas que combinaban las características de un club social con otro deportivo, como el actual Club Italiano creado en 1898.

Había también otras instituciones sociales y recreativas desde asociaciones musicales o corales (Ocarinisti Italiani 1889 y Circolo Mandolinsitico Italiano 1894) o las distintas Dante Alighieri la primera en Buenos Aires fueron en 1896.

Las entidades mutuales podían también ser de base étnica o por oficios (mozos y cocineros, músicos o carpinteros).

Los cambios residenciales y ocupaciones debían afectar, también la vida asociativa de las comunidades inmigrantes. El proceso fue desigual según cada grupo. Las asociaciones italianas, en especial las mutualistas sufrieron un serio deterioro debilitamiento afectadas por la caída del flujo inmigratorio, en especial luego de los años 30, por la competencia de las estructuras sanitarias públicas, por la deserción masiva de los hijos de las entidades de sus padres y por los conflictos que embargaban a sus elites y que se agravaron desde el advenimiento de fascismo.

En el caso de las entidades españolas, el distinto ritmo del flujo, la fuerza de las entidades regionales en especial el Centro Gallego y el Asturiano, la menor conflictividad relativa de sus elites, el papel activo de parte de ella en el renacer del hispanismo, el más tardío eclosionar de la lucha franquismo-anti franquismo u otros factores parecen haber promovido un diferente itinerario. En especial las entidades regionales peninsulares tuvieron su florecer durante ambas guerras superando a las más antiguas creadas sobre bases nacionales.

*Sin embargo paralelamente a la existencia de esas grandes entidades regionales, había para el caso de los inmigrantes gallegos, que eran los más numerosos, centenares de pequeñas asociaciones basadas en lazos parroquiales o comunales que se expandieron durante los años veinte precedentes a la guerra civil. Ellas revelan no solo la importancia de las cadenas migratorias y de las lealtades aldeanas sino también una complementariedad funcional con las grandes entidades. Si el inmigrante podía cubrir sus necesidades materiales con una institución como el Centro Gallego, podía dedicarse a funciones festivas y de beneficencia, perteneciendo a pequeñas entidades basadas en el pueblo de origen. De particular importancia eran tanto las fiestas (a comenzar por la del patrono local), romerías y bailes como también la labor filantrópica hacia el pueblo de origen. Entre estas, una característica de la inmigración gallega en distintos contextos era el apoyo que brindaban a la creación y el mantenimiento de escuelas en Galicia (Devoto, F., 2003, 384).*

Las entidades étnicas por ejemplo las italianas parecen haber conservado una vida floreciente en el periodo de entre guerras al asumir nuevas funciones sociales, culturales o deportiva. En otros casos nacían otras entidades con esos propósitos y más abiertas. Por ejemplo asociaciones nuevas nacidas desde un pequeño grupo étnico se convirtieron en entidades abiertas a todo tipo de público.

El caso del fútbol es particularmente relevante: dos pequeñas entidades nacidas en La Boca fundadas por inmigrantes genoveses o sus descendientes, River Plate y Boca Juniors, aunque siguieran conservando un grupo dirigente de ese origen, incorporaron entre los socios o los simpatizantes a personas de cualquier procedencia. En realidad más allá de esos ejemplos exitosos en toda la argentina, el anclaje territorial

adquirió un peso progresivamente decisivo en las entidades deportivas o culturales en las grandes ciudades o en los pequeños pueblos. Contribuyó en mucho, al igual que otras formas masivas de sociabilidad, como los bailes (y entre ellos el carnaval), a competir con la oferta de las asociaciones étnicas, creando espacios nuevos en los que la interacción social multiétnica adquiriría fuerza.

En 1877 los italianos acomodados crearon entidades de beneficencia destinados a auxiliar a los compatriotas e estado de necesidad. Llamada inicialmente Società di Beneficenza e Riabilitazione al Lavoro Degli Italiani Indigenti.

Otras entidades brindaron un servicio comunitario como los bomberos voluntarios, pero que también eran núcleos de sociabilidad. En el caso de la Boca nacieron en 1884 y adquirieron pronto un papel relevante en la vida del barrio, entre otras razones porque las construcciones en madera hacían imprescindible la existencia de una entidad de esa naturaleza.

Según los autores Fernández, A., Moya, J. (2003). El inmigrante recién llegado a la argentina tendía a buscar la compañía de sus convenciones a organizar su sociabilidad y tiempo libre preferentemente con ellos y por esa vía a fundar o asociarse a una sociedad comarca. Local o parroquial para reproducir en amera los espacios de intersección social que le eran familiares. En estos jugaba un papel importante la organización de fiestas en las que se mezclaban elementos tradicionales (gaiteros, alimentos del país, etc.) con otros propios de la comunidad de destino (música criolla por ejemplo) o de romerías para celebrar los santos patronos locales o simples tertulias. Los testimonios orales y escritos que disponemos coinciden sobre todo en ese carácter de reproducción del espacio de sociabilidad de origen que tenían las asociaciones microterritoriales y particularmente las veladas recreativas por ellas organizadas. Se recuerdan sobre todo las grandes fiestas y bailes o la asistencia a las juntas mensuales para encontrarse con los antiguos) convecinos y discutir sobre las cosas del país, así como para hablar el idioma gallego. Encontrarse con los antiguos convecinos constituía una de las prioridades de la mayoría de los inmigrantes, para reproducir así su espacio original de identidad colectiva, vinculando el existente pero diluido sentimiento de patria con los más concretos de región, comunidad étnica o patria chica.

*Todo un enjambre de sociedades gallegas de ámbito parroquial, municipal y comarca surgió en Buenos Aires, entre 1904 y 1936, con un periodo de máxima intensidad global entre 1904 y 1936, con un periodo de máxima intensidad global entre 1907- 1925* (Fernández, A., Moya, J., 2003, 207).

#### **4.3.6 Cambios en la ciudad: de la ciudad criolla a la metrópolis de los inmigrantes**

Después de dos décadas en que el país tuvo prosperidad económica, estabilidad política e institucional, y afluencia de inmigrantes, Buenos Aires había cambiado radicalmente: de ser la modesta *ciudad criolla*, por su tamaño y su nueva constitución social iba en camino de convertirse en la *metrópolis de los inmigrantes*.

En 1880 fue declarada Capital Federal (hasta entonces era la capital de la *provincia de Buenos Aires*), a lo que siguió la asignación de un *territorio federal*, bastante mayor que el ocupado hasta entonces por la ciudad, que estaba parcialmente despoblado, o era semirural, e incluía, por ejemplo, los municipios hasta entonces autónomos de Belgrano y de San José de Flores.

A partir de esta definición territorial se organizaron nuevos barrios, y se lotearon las antiguas chacras y quintas, lo que favoreció la expansión de la ciudad, y la radicación de población desplazada desde el centro (por ejemplo, por epidemias vinculadas con la insalubridad, como fue el caso del desarrollo del barrio de Recoleta) o recién arribada en los contingentes transatlánticos.

La estabilidad, la prosperidad, la federalización, la proximidad del primer centenario de la Revolución de 1810, favorecieron la realización de obras públicas de importancia, tales como mejoras en el transporte público, mediante el tendido y electrificación de las líneas de tranvías, y construcción del “*subterráneo*” (denominación local del *metro*).

También hubo una enorme inversión privada en edificios suntuosos y palacetes para uso familiar de las familias acomodadas, y en sedes bancarias, comerciales y empresarias, vinculadas a la actividad agropecuaria, construcciones que se hicieron tomando elementos arquitectónicos y de decoración, y materiales de construcción, de origen europeo, en particular, franceses y españoles.

De este modo, la ciudad se expandió, se desarrolló y se transformó en una metrópolis de inspiración europea.

*Buenos Aires fue la principal beneficiaria del nuevo desarrollo económico. La ciudad se europeizó en sus gustos y en sus modas. El teatro Colón, entonces frente a la plaza de mayo, constituía el centro de la actividad social de una minoría rica que comenzaba a viajar frecuentemente a París. Federalizada en 1880, pese a la oposición de los autonomistas encabezados por Leandro N. Alen Buenos Aires siguió siendo el mayor emporio de riqueza de la Nación. Cosmopolita su población, renovada su arquitectura, cultas sus minorías y activo su puerto, la Capital ponía de manifiesto todos los rasgos del cambio que se operaba en el país* (Romero J., 2004, 108).

*La definitiva modernización de la estructura urbana tradicional alcanzó su clímax en ocasión del centenario (1910) La Casa de Gobierno, el Congreso Nacional, el Palacio de Tribunales, el Teatro Colón, el Palacio de Aguas Corrientes o la construcción del Puerto son algunas de las obras que signaron la época, junto a la continua extensión de la trama y al sistema de parques públicos periféricos: Patricios, Chacabuco, Centenario, Rivadavia (Montanar, B., 2009,14).*

No solo la planta física. También la sencilla sociedad criolla de treinta años antes se había modificado radical y abruptamente: El cosmopolitismo es sin duda el rasgo dominante de la sociedad urbana a fines del siglo XIX y comienzo del siglo XX. Una persona de cada dos es extranjera; dos adultos de cada tres son extranjeros; y los niños tienen casi siempre padres inmigrantes. Sobre diez extranjeros hay cinco italianos, tres españoles, una persona venida del noroeste de Europa y un último inmigrante de los Balcanes de Europa Oriental. *En la primera generación, los grupos extranjeros conservan su personalidad. Cada comunidad tiende a concentrarse en un barrio para preservar su modo de vida, su lengua y sus tradiciones (Bourdé, G., 1977, 174).*

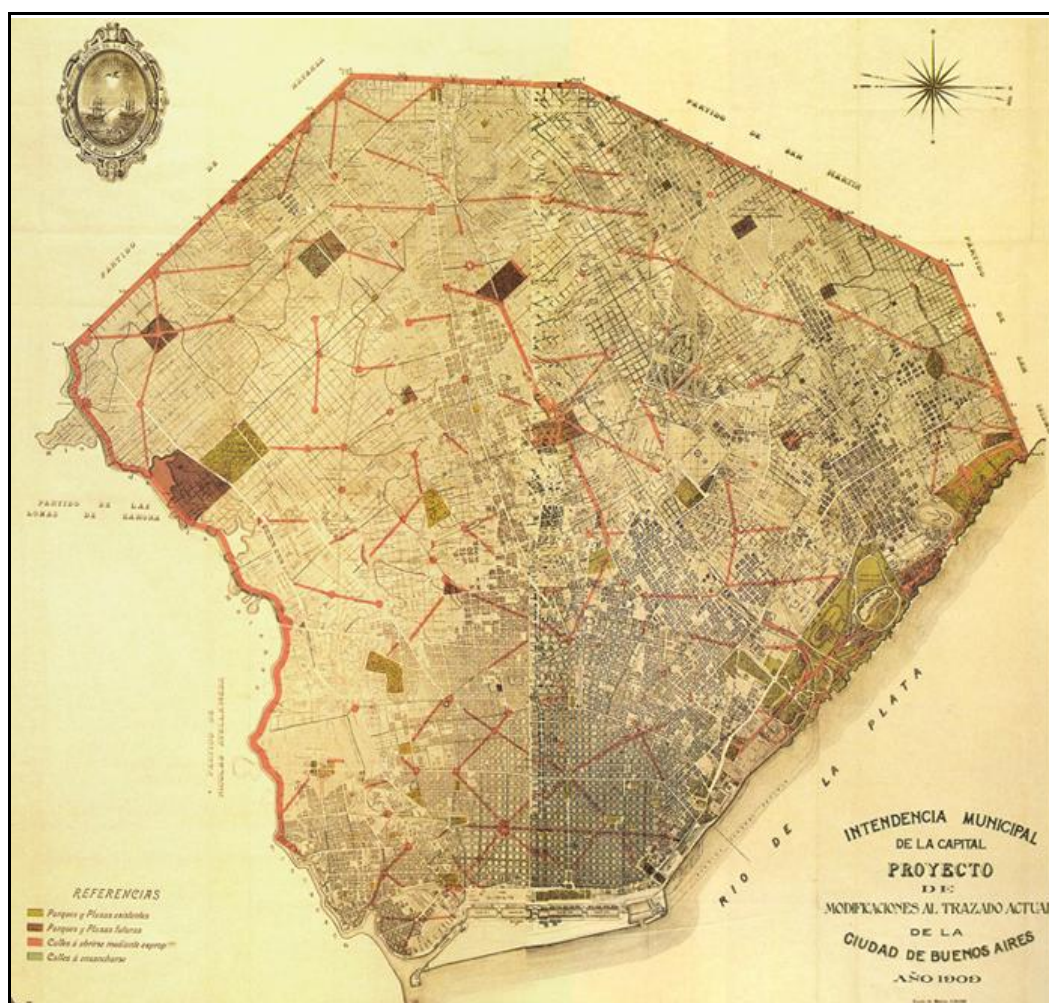
Este cosmopolitismo se ve también reflejado en la arquitectura doméstica, en las casas que construían y habitaban estos nuevos vecinos de la ciudad. *A finales del siglo XIX y comienzos del XX, se encuentran en Buenos Aires muchos tipos de construcciones, unas inspiradas en modelos locales, criollas y otras, en modelos europeos. Coexisten la casa llamada colonial, la casa ordinaria de estilo “pompeyano”, el rancho, las barracas, el conventillo, el inmueble de varios pisos copiado de los edificios parisienses, el palacio delirante del nuevo rico, el Cottage inglés, y otros; en esta fluoración de variedades arquitectónicas, domina el tipo de la casa “pompeyana” (Bourdé, G., 1977, 92).<sup>3</sup>*

*Aunque después de 1900, la casa colonial no es más que un recuerdo, la mayor parte de sus elementos están presentes en la casa “pompeyana”, bautizada así por retomar espontáneamente la disposición de las casas sepultadas bajo las lavas del Vesubio. Generalmente de una sola planta, a veces de un piso, la casa tipo se inserta en un largo rectángulo, un costado del cual da a la calle, y se organiza alrededor de dos o tres patios interiores (Bourdé, G., 1977, 92).*

---

<sup>3</sup> El **conventillo**, en Buenos Aires, fue una forma de vivienda familiar, que consistió en una casa grande, subdividida en pisos pequeños y humildes, de aspecto pobre, y con muchas habitaciones, en cada una de las cuales vivía una familia. Las condiciones generales, eran de hacinamiento y precariedad.

**Plano 4:** Plano de la Ciudad de Buenos Aires del año 1909.



Fuente: Catálogo digital del Patrimonio Cultural. <http://www.acceder.buenosaires.gov.ar>

Las obras emblemáticas de la arquitectura en la ciudad de los inmigrantes, son las que a continuación se enumeran. Corresponden a los estilos arquitectónicos Historicismo, Art Nouveau, Neocolonial, Art-deco, y Arquitectura Moderna respectivamente, según Montaner, B. (2008).



Corresponden al **Historicismo**:

- Café Tortoni (1858)
- Casa Rosada (1883)
- Palacio de Aguas Corrientes (1887)
- Teatro Colón (1889/1908)
- Palacio de Gobernador Ciudad de Buenos Aires (1890)
- Palacio del Congreso Nacional (1895/1906)
- Mercado de San Telmo (1897)
- Edificio La prensa (1902)
- Hotel de Inmigrantes (1905)
- Palacio de Tribunales (1906)
- Palacio Anchorena (1909)
- Estación Retiro (1909)
- Torres de los Ingleses (1910)
- Usina de la Ciade (1916)
- Palacio Legislativo Ciudad Buenos Aires (1922)
- Banco Nación Sede Central (1938)
- Iglesia Ortodoxa Rusa (1898)

Representan el **Art Nouveau**:

- Casal de Catalunya (1890)
- Ferretería Hirsch (1894)
- Palacio de los Lirios (1905)
- Club Español (1907)
- Edificio de la Colorada (1911)
- Yacht club Argentino (1913)
- Tiendas Harrods (1914)
- Confitería El Molino (1916)
- Palacio Barolo (1919)
- Conjuntos Los Andes (1926)
- Edificio Mihanovich (1928)

**Neocolonial:**

- Museo Fernández Blanco (1920)
- Teatro Cervantes (1921)
- Casa Ricardo Rojas (1929)

**Art-deco:**

- Diario Critica (1916)
- Casa del Teatro (1927)
- Teatro Opera (1936)

**Arquitectura Moderna:**

- Casa de Victoria Ocampo (1928)
- Estadio del Club Boca Juniors (1932)

Antes de la federalización, y aunque el conjunto urbano era poco diferenciado, ya se observaban tendencias definidas en cuanto a la **distribución por barrios** de los grupos nacionales. Por ejemplo, los criollos en el centro, ingleses y los alemanes en los barrios elegante del norte y del sur, italianos y españoles en barrios populares de la periferia.

Pero en esta ciudad renovada de comienzos del siglo XX, el espacio urbano se reorganiza y se especializa, se descompone en un mosaico de *barrios nacionales*. Los criollos se ubican en Flores y Palermo, los italianos en La Boca, los ingleses y los alemanes en Belgrano y en el centro, los españoles en San Cristóbal y Constitución, los franceses alrededor de la Plaza San Martín, los sirio-libaneses cerca del puerto, y los judíos rusos cerca de la estación Once.

Es posible estudiar la **distribución barrial de las nacionalidades**, a partir de un censo de propietarios de bienes raíces realizado en 1887 y de dos censos en 1895 y en 1900 que registran, por circunscripción, la proporción de cada grupo nacional sobre el total de la población.

En 1887 los propietarios **argentinos criollos** se concentran en el antiguo núcleo urbano, pero entre los años 1890 y 1900 abandonan un centro completamente remodelado y se instalan preferentemente en el viejo pueblo de Flores o en los elegantes barrios de Palermo.

Los **nuevos argentinos, hijos de inmigrantes**, están repartidos en toda la ciudad, porque viven con sus padres extranjeros.

En 1887, los propietarios **italianos** están ausentes del centro, y son numerosos en Balvanera y en La Boca, el pueblo de pescadores que fundaron a mediados del siglo XX.

En 1909, si bien los italianos continúan viviendo en la Boca y Balvanera, se ubican en los barrios más recientemente construidos, y más alejados del centro: Almagro, Caballito, Chacarita, Villa Devoto, Villa Mazzini, Villa Lugano, etc.

Cerca del año 1880 el **Barrio de La Boca** era percibido lejano de la ciudad, porque si bien el ferrocarril la conectaba, el viaje era siempre obstaculizado por las inundaciones, hecho que marco un cierto aislamiento. En esta etapa la mayoría de los habitantes eran *ligures*, mayoritariamente genoveses, y hablaban su dialecto, el xeneixe, nombre que aún hoy se utiliza para referirse a los habitantes del **Barrio de La Boca** o al Club de Fútbol que ellos van a crear en el año 1907, en las calles Gaboto, Mendoza, Senguel y Colorado.

Uno de los problemas que debían enfrentar los inmigrantes, era el de la vivienda. Ante los precios de alquileres que aumentaban a medida que aumentaba la demanda de inquilinos, la respuesta fue el *conventillo*, pero que tendrá en este barrio características que le son propias: los pilotes y las chapas, los colores.

La rápida urbanización se debió a una tecnología popular, de montaje sencillo y no requería de mano de obra especializada. Se construían sobre pilotes o cimientos debido a las persistentes inundaciones. Algunas de estas viviendas eran individuales pero muchas eran colectivas. Estos últimos eran de una planta baja y hasta dos plantas, se construían por añadiduras progresivas, se accede por escaleras exteriores de madera y circulaciones perimetrales (tipo balcón), que en algunos casos eran cerradas con entramados de madera o carpinterías de hierro y vidrio. Los sanitarios se ubicaban en los patios y un poco más elevados. Las fachadas a veces eran de material, que cubrían una vivienda con estructura de chapa y madera. Otras eran simplemente de chapas onduladas de zinc pintadas de colores vivos y brillantes. Se trataba de los sobrantes de pintura utilizada para las embarcaciones. Las aceras se construían en desnivel, evitando inundaciones que se producían por las subidas del Río. Las calles empedradas e irregulares.

La escases de recursos de sus inquilinos, trajo como consecuencia, que los cuartos fueran ocupados por varias familias, que contaban solo con una cortina o biombo para dividir un ambiente. La vida en estas viviendas fue insalubre y vivían casi siempre hacinados. En cada una de las piezas, las familias organizaban su vida domestica. Un ambiente único para, comer y realizar labores y dormir. Se usaba en algunos casos frente a la habitación y en el patio, una cocina, calentador o un brasero de carbón. El mobiliario consistía en una mesa, algunos bancos o sillas (casi siempre de junco), un farol a querosén, catres, camas superpuestas, un ropero o ganchos para la ropa, baúles del viaje en barco, cubetas, cuadros de familia, imágenes religiosas, algún espejo. En el exterior se colgaban en la pared ollas, escobas, las bolsas de carbón, etc.

Posiblemente dos cuestiones tuvieron que ver con la identidad del **Barrio de La Boca**: el aislamiento y la composición étnica, pero esta composición étnica y social se va a modificar en la década del 40 con el arribo de inmigrantes de las provincias argentinas y luego en los años 60 y 70 con la instalación de uruguayos, chilenos, bolivianos y paraguayos.

En el caso de los **españoles**, se concentran en Barracas y San Cristóbal tanto en 1887 cuanto en 1909, con leves extensiones a partir de estos núcleos. Por ejemplo, un barrio con mayoría de migrantes españoles se organiza alrededor de la estación Constitución, con prolongaciones hacia San Telmo y hacia Barracas.

Las obras de la apertura de la **Avenida de Mayo** comenzaron en 1889 y finalizaron en 1894. Entre 1850 y 1870 habían concluido las modificaciones de la Plaza de Mayo con la incorporación de equipamiento urbano, la plantación de árboles, la remodelación de la pirámide y la organización de los canteros. González Montaner, B. (2008). La remodelación de la plaza y la apertura de la Avenida definieron la conformación de un eje cívico. De esta forma se lograba; optimizar la organización y administración de la ciudad, reforzar y jerarquizar la noción de centro y construir la representación simbólica de una operación ideológica hacia el exterior y el interior, expresada en un cambio de la fisonomía urbana. Para su trazado, debieron hacerse demoliciones y expropiarse los inmuebles ubicados en la manzana que corta el paso de la Avenida, muchos de ellos propiedad de las familias tradicionales pero muchos también convertidos en inquilinatos por la migración patricia hacia el norte. En sus orígenes tenía doble sentido de circulación, sin cordón o calzada de separación, con luminarias en forma de doble ménsula localizadas sobre el eje central, por donde circulaban bicicletas y carros a caballo. En 1910, el año del centenario la **Avenida de Mayo** se mostraba casi completa con edificios que ostentaban la arquitectura del cambio de siglo. Edificios modernos de donde se utilizaron los avances técnicos como estructuras de hierro y ascensores. En 1913 se inauguró la primera línea de subterráneo.

Cuando se decide la apertura de la **Avenida de Mayo** se proyecta la traza de una calle entendida como itinerario (Salsona, J y Hunter, C., 1990, 238).

La **Avenida de Mayo** se conformó cuadra por cuadra, una vez consolidado, el eje cívico encarnaría la especialización de la ciudad como teatro: una escena con su telón arquitectónico, su vida pública, sus cafés, sus confiterías, sus hoteles, sus tranvías, los diarios (periódicos argentinos y españoles), los inicios de la comunicación masiva y las primeras proyecciones de cine. Hacia abajo el subterráneo y hacia arriba los primeros ascensores y rascacielos (González Montaner, B., 2008).

Los edificios construidos entre 1924 y 1930, señalan la última etapa de consolidación de las obras en el boulevard y toman autonomía tipológica desde sus características arquitectónicas y fundamentalmente desde su situación de identidad en la ciudad. Son construcciones con nombre y apellido: se trata de los edificios-pasajes: el Barolo, el Urquiza Anchorena, el Roverano, el Castelar (Salsona, J y Hunter, C., 1990, 243).

Consolidar la vieja ciudad modificando su fisonomía. La escala del dispositivo trasciende la escala de la ciudad. Es parte de la noción de ciudad en relación a un proyecto de país, y su monumentalidad responde a la capital de la República y a la escala de la Nación. La **Avenida de Mayo** en esta época será la postal de la ciudad Buenos Aires.

*...Esta situación hizo que durante mucho tiempo la **Avenida de Mayo** fuera el epicentro de manifestaciones culturales y políticas argentinas y españolas ...Quizá sea ésta la clave para apellidar a la **Avenida de Mayo** con el gentilicio de madrileña, por extensión de todo lo español existente en Buenos Aires... sus más importantes edificios fueron y son visitados por ilustres españoles, ...que recalaban en la ciudad cosmopolita, donde encontraban su público en teatros abarrotados de la **Avenida de Mayo**, y luego, en tertulias como en el Café Tortoni, símil del Café Gijón de Madrid. Un teatro, el Avenida, hoy reconstruido después de un incendio, estaba enteramente dedicado a la representación de zarzuelas. Nombres de hoteles: “España”, “Madrid”, “Castelar”, de bares, “Iberia”, “Hispano”, por citar algunos y muchos más aún en sus inmediaciones, mantienen latente la hispanidad de esta arteria (Muscar Benasayag, E., Cebrian de Miguel, J., 2002, 375).*

Estos dos sectores de la Ciudad de Buenos Aires, **Barrio de La Boca** y **Avenida de Mayo**, nacieron con orígenes y objetivos diferentes, una de origen pobre y otra de inmigrantes que lograban el ascenso social. Por una y otra circularon los grupos mayoritarios de inmigrantes en la ciudad y el país, españoles e italianos respectivamente. Una de una urbanización rápida para acomodar a los recién llegados al trabajo de los astilleros, otra para acomodar a una clase en ascenso que ocuparía lo más moderno de la ciudad.

**Fotografía 1:** Postal de la Avenida de Mayo.



*Fuente: Catálogo digital del Patrimonio Cultural. <http://www.acceder.buenosaires.gov.ar>*

**Fotografía 2:** La Boca del Riachuelo en el año 1883.



*Fuente: Catálogo digital del Patrimonio Cultural. <http://www.acceder.buenosaires.gov.ar>*

## 4.4 La etapa de las inmigraciones contemporáneas: Buenos Aires, ciudad postmoderna

Si bien la República Argentina, y Buenos Aires en particular, continuaron siendo destino de inmigrantes, a partir del fin de la Segunda Guerra Mundial el fenómeno inmigratorio presenta las siguientes características, que lo hacen bien diferentes al período de inmigración *de masas*:

- ya no se trata de un arribo masivo, sino de menor intensidad cuantitativa,
- disminución notable de las migraciones europeas transatlánticas,
- flujo continuo desde los países vecinos (sobre todo, Paraguay, Bolivia, Chile y Uruguay),
- aumento de la inmigración de origen peruano,
- crecimiento de la inmigración de origen asiático, en particular proveniente de fundamentalmente de China, Taiwán y Corea.

A partir de la crisis internacional de 1930, los flujos migratorios disminuyeron en todo el mundo, incluyendo a la República Argentina, pero luego de la Segunda Guerra Mundial, y de la Guerra Civil en el caso de España, la inmigración europea experimentó una cierta recuperación, que no alcanzó los niveles de la época de *migración masiva*.

**Tabla 17:** Población Total Censada, y No-Nativos (total y proporción)

Ciudad de Buenos Aires, 1947-2010.

AÑO	POBLACIÓN TOTAL	TOTAL DE NO NATIVOS	% DE NO NATIVOS
1947	2.982.580	820.209	27,5
1960	2.966.634	679.359	22,9
1970	2.972.453	523.069	17,9
1980	2.922.829	394.581	13,5
1991	2.965.403	317.298	10,7
2001	2.776.138	316.479	11,4
2010	2.890.151	381.778	13,2

Fuente: Dirección General de Estadística y Censos (G.C.B.A.), sobre la base de los resultados de los respectivos censos.

La inmigración neta internacional pasa a tener una escasa incidencia como factor de crecimiento demográfico del país, en especial en las últimas décadas: la proporción de extranjeros se ha reducido desde un máximo del 30% en 1914, al 11,4% en 2001 (INDEC censo del 2001) y en el último censo del 2010 ha tenido un leve ascenso respecto al censo del 2001.

El análisis por grupos nacionales en el último censo, muestra el predominio de la población proveniente de los países limítrofes, en particular, Paraguay y Bolivia.

**Tabla 18:** Población Extranjera Empadronada, según su lugar de origen.

Ciudad de Buenos Aires. Año 2010.

LUGAR DE ORIGEN	POBLACIÓN
Bolivia	76.609
Brasil	10.357
Chile	9.857
Paraguay	80.325
Uruguay	30.741
Perú (país no limítrofe)	60.478
Resto de América	28.958
España	26.282
Italia	22.168
Resto de Europa	12.474
China	3.932
Corea	6.242
Japón	1.484
Taiwán	1.717
Resto de Asia	2.518
África	1.176
Oceanía	524
<b>TOTAL</b>	<b>381.778</b>

Fuente: INDEC, Censo 2010.

En esta etapa se muestra a la población nacido en España e Italia, envejecida como lo muestra la tabla 19, donde se aprecia que la mayoría se encuentra en el rango de 65 años y más.

**Tabla 19.** Población española e italiana empadronada, por grupo de edades.

Ciudad de Buenos Aires. Año 2010.

LUGAR DE NACIMIENTO	TOTAL	0 - 14	15 - 64	65 Y MÁS
España	26.282	853	6.781	18.648
Italia	22.168	268	5.905	15.995
<b>TOTAL</b>	<b>48.450</b>	<b>1.121</b>	<b>12.686</b>	<b>34.643</b>

Fuente: INDEC, Censo 2010.



De entre las corrientes migratorias contemporáneas, en este apartado se estudia únicamente la inmigración de origen chino, de baja importancia cuantitativa, pero que dio lugar a la creación del **Barrio Chino**, el tercero de los enclaves porteños, que se estudian en esta Tesis por tener el doble componente de ser expresión vinculada a un proceso migratorio bien definido, y a su vez, un atractivo turístico de la mayor importancia.

#### 4.4.1 La inmigración china

Según el último Censo Nacional de Población, realizado por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INDEC) del 2010, los residentes chinos en la Ciudad de Buenos Aires eran 5.649 personas.

**Tabla 20:** Población china empadronada según sexo y grupo de edad.

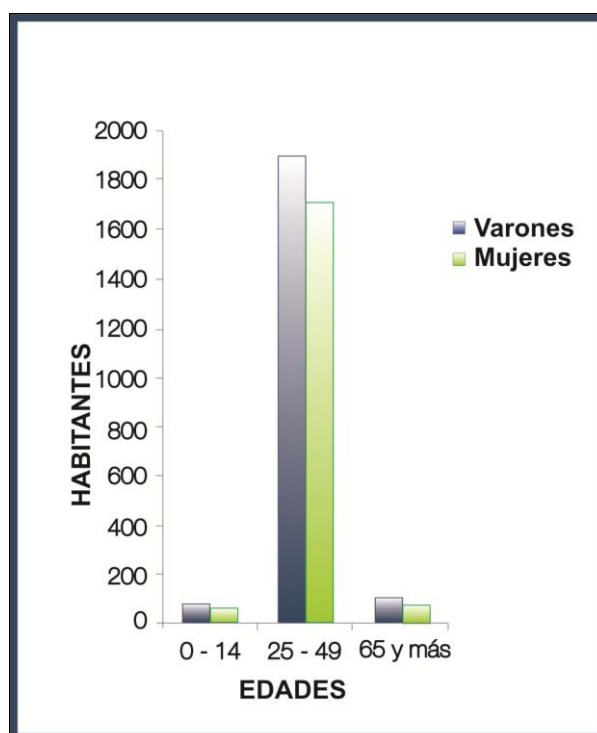
Ciudad de Buenos Aires. Año 2010.

LUGAR DE NACIMIENTO	TOTAL	TOTAL VARONES	0 - 14	15 - 64	65 Y MÁS	TOTAL MUJERES	0 - 14	15 - 64	65 Y MÁS
China	3.932	2.051	58	1.909	84	1.881	49	1.775	57
Taiwán	1.717	849	10	733	106	868	5	773	90
TOTAL	5.649	2.900	68	3071	190	2.567	54	2.548	147

Fuente: INDEC, 2010 y elaboración propia.

**Gráfico 4:** Población china empadronada según sexo y grupo de edad.

Ciudad de Buenos Aires. 2010.



Fuente: INDEC, 2010 y elaboración propia.

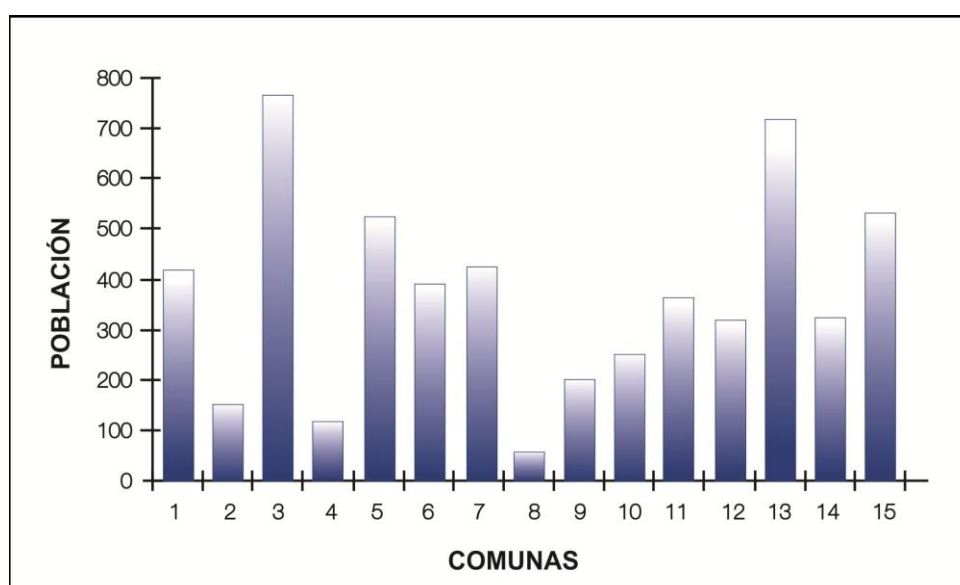
La población china empadronada se ubica mayormente en las comunas 13, 3, 15 y 5 en la comuna 13 se encuentra el llamado **Barrio Chino**, que es un sector del Barrio de Belgrano.

**Tabla 21:** Distribución de Población china empadronada, por comunas. Ciudad de Buenos Aires. Año 2010.

COMUNAS	POBLACIÓN		TOTAL
	CHINOS	TAIWÁN	
1	322	91	413
2	128	27	155
3	645	120	765
4	109	12	121
5	313	213	526
6	247	143	390
7	322	108	430
8	59	4	63
9	191	12	203
10	148	73	257
11	203	157	360
12	198	127	325
13	426	299	725
14	250	128	335
15	335	203	538

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Indec 2010

**Gráfico 5:** Distribución de la población china por comuna. Ciudad de Buenos Aires. Año 2010.



Al estudiar la migración de personas originarias China, procedentes tanto de la continental República Popular China, cuanto de la insular Taiwán (formalmente República de China, informalmente “*China nacionalista*”), lo primero que llama la atención es la dificultad para acceder a fuentes oficiales de datos regulares, sistemáticos, confiables y suficientes en cantidad y amplitud, a lo que se suma la bibliografía prácticamente inexistente, y escasos trabajos académicos.

La información que se proporciona a continuación está tomada de la tesis doctoral de Laura Lucia Bogado Bordazar, Coordinadora del Centro de Estudios Chinos del Instituto de Relaciones Internacionales de la Universidad Nacional de La Plata: *Migraciones Internacionales: Influencia de la Migración China en Argentina y Uruguay*, del año 2003.

Respecto de la inmigración china de ultramar hacia la República Argentina, Bogado Bordazar; L. (2003), identifica tres períodos: el primero, entre el año 1914 y el año 1949; el segundo, en los primeros años de la década del 80; y el tercero entre el año 1990 y 1999.

La inmigración de origen chino en el **primer período (1914-1949)**, se caracteriza por:

- escaso **número** de emigrantes,
- que **provenían** de las provincias costeras del sur de China continental, de tradición migratoria (por ejemplo Shandong, Fujian, Shanghai),
- los **motivos** fueron políticos principalmente, vinculados con la expansión del comunismo, que finalmente accedió al gobierno en 1949,
- esta condición de emigrados de carácter político, explica que en general llegaran **hombres solos**, sin su familia, pero con el proyecto de concretar la reunificación familiar en el futuro, y con escaso o nulo capital,
- la **travesía** se hizo en barcos comerciales o de pasajeros,
- el **desembarco** ocurrió en Montevideo y Buenos Aires.

El **segundo período** de la inmigración de origen chino (1980-1990), se caracteriza porque los inmigrantes:

- llegaron con la familia,
- trajeron algún capital propio, por lo que se incorporaron rápidamente a la actividad comercial,
- provenían de Taiwán (no de la República Popular China),

- el principal motivo fue el temor de que se expandiera a la isla el sistema comunista chino continental, bajo el lema “un país dos sistemas”, sobre lo que entonces circularon insistentes rumores,
- se dirigieron a países en los que podían formar una mínima *cadena migratoria*, a partir de familiares, amigos, etc. como era el caso de la República Argentina por la migración china de la primera etapa,
- buscaban seguridad personal/familiar y bienestar económico, que en esa época Argentina podía ofrecerles, puesto que retornó al sistema democrático en 1983, y se relanzaba económicamente.

Taipei, capital y mayor ciudad de Taiwán, experimentaba un desarrollo explosivo, que la llevaron a una elevada densidad de población, y consecuentes problemas sociales, ambientales y de calidad de vida.

En el **tercer período**, las principales características son:

- otra vez el **origen** es mayoritariamente la zona costera de la China continental,
- el **motivo** principal es la posibilidad de conseguir trabajo, aunado a expectativas de progreso económico,
- los inmigrantes vienen sin capital (o con muy poco) y sin contrato de trabajo previo, pero estimulados por la situación de crecimiento económico que tuvo la Argentina entre 1991 y hasta aproximadamente 1997.

La decisión fue facilitada por la presencia de *paisanos* en el país, de los cuales recibieron apoyo.

En China se dio un contexto favorable para la emigración, después de concluida la *Revolución Cultural*, y con la flexibilización de las normas legales migratorias. A su vez, Argentina ofrecía a los migrantes chinos un país con bajas exigencias en materia migratoria, buen nivel de seguridad y de posibilidades laborales y económicas

### ***Características de la inmigración china en Buenos Aires***

En la tesis mencionada, Bogado Bordazar, L. (2003) realizó un trabajo de campo consistente en una serie de *entrevistas* a informantes clave, tales como miembros distinguidos de la comunidad china, representantes de asociaciones comerciales y civiles, y funcionarios de la Embajada de la República Popular China y de la Oficina de Taipei en Argentina, y en una *encuesta* realizada a residentes chinos ubicados en el **Barrio Chino**.

De todo ese trabajo, interesa a nuestros efectos resaltar los siguientes datos o conclusiones:

- El 90% de los encuestados no nació en Argentina.

- De los extranjeros encuestados, el 47% manifestó haber nacido en Taiwán y el 53 % en la República Popular China.
- De entre estos últimos, la mayoría proviene de las provincias costeras y de los grandes puertos comerciales (Shanghai, Cantón, Pekín, Hong Kong, etc.).
- Dos tercios de los encuestados ingresó al país entre 1980 y 1990.
- El 74% de los entrevistados manifestó haber venido a la Argentina acompañado de su familia directa, o para reunirse con familiares residentes en el país.
- El 53% señaló que al ingresar a la Argentina había recibido algún **apoyo económico de sus parientes**.
- El 52% de los encuestados manifestó que su **principal motivo** para migrar era obtener mejoras laborales para ellos y para sus hijos en el futuro. Un porcentaje menor manifiesta motivos de seguridad o políticos, y para mejorar las condiciones de vida.
- El 43% de los encuestados manifestó tener la escolaridad secundaria completa, el 24% estudios terciarios, y el 29%, nivel universitario. Solo el 5% tiene nivel de escolaridad primaria. Es evidente que este grupo de inmigrantes chinos tiene un **elevado nivel de escolaridad e instrucción**.
- Mediante diversas modalidades buscan **conservar la cultura originaria y el idioma**, y transmitirla a los hijos. Por ejemplo, la mitad de los encuestados que tienen hijos en edad escolar, envía a sus hijos a la escuela oficial (pública o privada) y a colegios chinos, de los que hay cuatro en Buenos Aires y son de origen taiwanés. A estas instituciones los hijos de los migrantes chinos asisten los días sábados y cumplen un programa de estudios similar al que se dicta oficialmente en Taiwán. En la actualidad concurren alrededor de mil estudiantes. Por otra parte, el 95% de los encuestados dijo que se habla el idioma chino en su hogar, que conservan las tradiciones alimentarias, y que celebran fiestas tradicionales de su país. Y un 48 % afirmó que practica el budismo.
- A pesar de las diferencias políticas o ideológicas que existen entre la República Popular China y Taiwán, las relaciones personales que mantienen los chinos originarios de estos dos países en la República Argentina son armoniosas y pacíficas, y, más aún, todos los entrevistados han reconocido tener idéntico origen y cultura.

Zuzek, C. (2004) señala la integración alcanzada entre los inmigrantes y con la comunidad Argentina, y agrega que la conservación de las costumbres, encuentra otra

posibilidad de realización en las alrededor de 60 agrupaciones sociales de la colectividad, de carácter político, religioso, étnico, juveniles, de estudiantes, culturales, de profesionales y comerciales, etc. existentes, comenzando por la más antigua Asociación Civil de Chinos Libres en Argentina, que se estableció en 1972.

Se mencionan a continuación algunas de ellas:

- **Asociaciones de carácter político:** Instituto de Estudios Académicos Chung Sam, Centro de Apoyo del Partido Democrático Progresista, Liga de la Unificación China por Tres Principios del Pueblo, Asociación de los Taiwanesees, Asociación a favor de Derechos Humanos en Taiwán, Federación de Taiwán, Federación Argentina del Partido Independentista Taiwanés (FAPA), Asociación de Mujeres de FAPA;
- **Asociaciones estudiantiles y de ex-alumnos:** de Estudiantes Chinos de las Facultades de Medicina y Odontología de la Universidad de Buenos Aires, de Estudiantes Chinos de la Universidad Argentina de la Empresa, de Estudiantes Chinos de la Universidad Kennedy, de Egresados de la Universidad Nacional de Taiwán, de Egresados del Colegio Chino dependiente de la Asociación de los Chinos Libres en Argentina;
- **Asociaciones de carácter artístico cultural:** de Artistas Chinos Inmigrantes en Argentina, Instituto de Estudios de Confucianismo;
- **Asociaciones de carácter étnico:** de los Paisanos de Hu-Nan y Hu-Pei, de los paisanos de Fuken, de los paisanos de Long-Kan, de los Hakkas;
- **Asociaciones de jóvenes:** Juvenil de los Chinos Libres en Argentina, Juvenil Chung Hwa, Juvenil Benéfica Tzu-Chi, Asociación de Amistad de los Jóvenes Participantes en Seminarios, de Amistad de los Jóvenes Chinos de la Iglesia Cristiana en Argentina, Juvenil de los Hakkas;
- **Asociaciones de carácter deportivo:** Argentina de Artes Marciales, de Artes Marciales Zen, de Amistad del Golf;
- **De carácter profesional y comercial:** de Acupuntura, Civil de Acupuntura y Ciencias Chinas Tradicionales, de Comercio Argentino-China, de Comercio de los Inmigrantes Chinos, de Amistad de los Comerciantes Chinos, de los Propietarios Chinos de Autoservicios y Supermercados, de Empresarios Gastronómicos Chinos, Sudamericana de Comercio de Taiwán;
- **Asociaciones de carácter religioso:** Cultural Chung Hwa, Budista China, de la doctrina de Confucio y Mencio, de Amistad de los Católicos Chinos, Fundación Budista de Beneficencia Tzu-chi, Templo Chung-Kuan, Centro de Estudios de la Cultura Oriental, Iglesia Cristiana China en Argentina, Iglesia Cristiana Long-Kuan,

Iglesia Presbiteriana de Taiwán en Argentina, Iglesia Presbiteriana de Taiwán Fu-Ying, Iglesia Presbiteriana de Taiwán Sin-Hsing, Iglesia Presbiteriana de Taiwan Mu-Yi, Iglesia Cristiana Po-The-Li, Iglesia Cristiana de Taiwan Men-lo;

- **De carácter general:** Hong-Men, de Amistad de los Inmigrantes Chinos, Fundación de Ayuda, Fundación de Cultura Asia-Argentina.
- Se editan en Buenos Aires los **periódicos** Horizonte Asiático, Noticias Mundiales, Semanario Chino, Semanario de Taiwán, y Semanario Tai-Ar.

De nuevo siguiendo a Bogado Bordazar, L. (2003), se destacan las siguientes características de la colectividad china en Buenos Aires.

Respecto a su **integración a la sociedad porteña y Argentina**, la gran mayoría de los chinos (86%) aprendió el idioma en la República Argentina, y un porcentaje más reducido (14%) en otro país de América donde residió con anterioridad. La mitad de los encuestados tiene hijos en edad escolar, que asisten a escuela oficial (pública o privada) (y además a algún colegio chino, como se mencionó más arriba). El 6% de los encuestados afirmó que en su familia se celebran algunas fiestas tradicionales Argentinas (además de chinas), y el 86% aseguró tener amigos argentinos. Si bien dos tercios de los encuestados manifestó tener una relación *buena* o *muy buena* con los integrantes de la sociedad Argentina, otro tercio dice que esta relación es *regular*, o que directamente prefiere *evitar vincularse* con argentinos.

Una experiencia interesante de integración es la existencia de la Asociación de Taiwanesees del Partido Justicialista, que participa de la actividad de este partido político argentino.

Como en otras comunidades chinas establecidas en países de América del Sur, la **principal actividad laboral** desarrollada por la colectividad china en Argentina es el comercio, en particular la venta minorista de alimentos: uno de cada cuatro autoservicios (pequeños) de Capital Federal y Gran Buenos Aires, es manejado por inmigrantes chinos. Pero también desarrollan actividades, tales como servicios de la gastronomía y turismo, medicina tradicional china, etc.

Desde hace algunos años, un grupo de personas originarias de China se dedica al comercio exterior, específicamente a la importación y exportación desde y hacia China, Taiwán y Hong Kong. Concentran su actividad minorista y mayorista en el barrio Balvanera ("Once").

En el barrio de Belgrano se ha formado una especie de *enclave chino*, de cuatro manzanas de superficie, al que se conoce como **Barrio Chino**, en el que se ubican restaurantes, supermercados, peluquerías, bazar, disquería, herboristería, uno de los tres templos budistas de Buenos Aires, y uno de los cuatro colegios chinos.

Según Guerra Zamponi, C. (2010) la diáspora china en nuestro país es reciente en términos históricos. En los últimos años han variado los lugares de procedencia de los inmigrantes Chinos: con el arribo desde zonas urbanas como Shandong, aunque en su mayoría provienen de Fujian. El afianzamiento de la diáspora china en Argentina ha traído aparejada la constitución de asociaciones voluntarias, organizadas en base a grupos étnicos y los grupos comerciales.

Las asociaciones se sitúan en Argentina sin perder la perspectiva ni el vínculo con la Madre Patria o al pueblo natal. Según palabras de un propio miembro de una asociación “estoy de pie en Argentina pero mi vista no está fija en ellos, sino en la lejanía desde la que vislumbro mi país de origen”. En gran parte, como ocurre en otros países, el desconocimiento del idioma lleva a los migrantes chinos a desplegar sus propias estrategias de inserción y redes de solidaridad intracomunitarias, las cuales promueven el intercambio y la cooperación. Estas redes tienen como cometido el vincular y proporcionar la inserción de las personas en el nuevo ámbito o medio. Son nexos de apoyo, basados en relaciones de colaboración, que inciden en los procesos de integración.

Uno de los motivos importantes por lo que continuos la migración asiática en la República Argentina, es que encuentran oportunidades comerciales. En una nota el diario Clarín<sup>4</sup>, se consulta a un funcionario chino acerca de las motivaciones para la inmigración, a lo que responde que *“los mueve una política de reunión familiar y las posibilidades de desarrollo. Vienen porque antes llegó el jefe de una familia o un pariente y continúan el negocio de la región de donde son oriundos. Como en Fujian el rubro supermercados es muy fuerte, esa costumbre se trasladó a la Argentina”, “Pero también están los que llegaron desde Cantón, que abren más restaurantes y tiendas de regalos. Y las generaciones nacidas en este país, que hacen otras cosas: ya hay muchos estudiantes universitarios”, “Los chinos eligen la Argentina por el clima y por su hospitalidad. Pero el movimiento migratorio es fluctuante. Ahora entrar se endureció. Sólo consiguen el visado los que son invitados por un familiar”* y por último menciona que ya hay parejas de chinos y argentinos.

En esta misma nota se entrevisto al titular argentino de la Cámara Argentina de Supermercados propiedad de Residentes Chinos (CASRECH), organismo que nuclea a la mayor parte de orientales que abrieron comercios de este tipo en el país. Se le menciona el tema de crímenes cometidos aparentemente por mafias vinculadas al negocio y el funcionario responde *“Si hablamos de comunidad. No están sólo en la calle*

---

<sup>4</sup> **Sánchez, Gonzalo:** *La comunidad china en el país se duplicó en los últimos cinco años.* Diario Clarín, Buenos Aires, 27 de setiembre de 2010.



*Arribeños". se refiere al **Barrio Chino** de Belgrano...que ya ingresó al catálogo de paseos obligados por la ciudad, además convertirse en noticia por ciertos problemas de convivencia con porteños de la zona que realizaron denuncias por malos olores provenientes de los restaurantes. El hecho no deja de ser aislado. En la mayoría de los barrios donde viven chinos la convivencia se da sin conflictos, en un intercambio pacífico y natural.*

Son de clase media baja, porque la clase media alta elige Europa y Estados Unidos. Algunos vienen a instalar sus negocios porque aquí no necesitan invertir demasiado para abrir, por ejemplo, un supermercado o una rotisería. Otros, la mayoría, ya viene para trabajar en los negocios que antes abrieron amigos o familiares. Es que no es tan difícil conseguir trabajo acá. Otros, los más jóvenes, vienen a estudiar en la universidad. Hay muchos que llegan para aprender español en la Universidad de Buenos Aires"

### ***Efectos de la inmigración china***

Para la Ciudad de Buenos Aires en cuanto *destino de turistas*, la inmigración de origen chino dio lugar a la creación del **Barrio Chino**, un atractivo de primer orden. En este sentido bien limitado, el impacto principal de la inmigración china es el de haber contribuido a hacer de Buenos Aires una *ciudad postmoderna*.

En la Primera Parte de esta Tesis se expusieron las características de las *ciudades postmodernas*:

- buscan ser cada vez más atractivas y más competitivas;
- ofrecen muestras de arquitectura postmoderna;
- se transforman sobre la base del patrimonio cultural, y la referencia al pasado;
- urbanizan las periferias;
- tienden a crear espacios *pot-pourri* o *collage*: espacios adecuados a diversas preferencias y culturas;
- conceden importancia a los intercambios simbólicos y a la imagen;
- son hedonistas, individualistas, e injustas;
- tienen interés por resultar destinos turísticos.

Buenos Aires es hoy una ciudad cosmopolita, multirracial, multicultural y multilingüística; una *ciudad postmoderna*, que ha cambiado su fisonomía y sus funciones, en gran medida como consecuencia del proceso migratorio interno y externo del último medio siglo.

De entre las migraciones contemporáneas, la *inmigración china*, con la creación del **Barrio Chino**, ha contribuido a establecer una de las imágenes de las ciudades postmodernas, que embellecen ciertos lugares, y se tornan bellas, melancólicas y ensoñadoras. Pero que tiene a casi su lado otra de las imágenes que ofrecen las ciudades postmodernas: las *villas miseria*. A partir de los años ochenta, bajo nuevas condiciones políticas, sociales y disciplinares, pudo constatarse una búsqueda de recuperación del espacio público y nuevos criterios de pensar la ciudad,... la recualificación del fragmento... presencia del arquitecto como agente cultural antes que planificador. ... *Los últimos años, Buenos Aires puede ser vista como una gran constelación, donde conviven o coexisten, según los caso, la pervivencias, los desplazamientos y las rupturas en relación a una variedad de formas, tipología,... En la ciudad del fragmento, la ciudad pública sostiene un enfrentamiento constante con la ciudad de los interés privados, en la más voraz especulación inmobiliaria o en las auspiciosos e incipientes preocupaciones por el resguardo y la recuperación del patrimonio histórico, por la temática ecoambiental o por la recuperación de la arquitectura como disciplina cultural y de la ciudad como cultura urbana* (Montaner, B., 2009, 19).

Varios edificios, cuya arquitectura se puede denominar *postmoderna*, fueron construidos en estos años, y son *emblemáticos*. Por ejemplo:

- Museo Xul Solar (1987)
- Museo Malba (1997)
- Edificio Malecón (1998)
- Edificio Telecom (1998)
- Repsol YPF, del arquitecto Cesar Pelli (1998)
- Hotel Hilton, de Mario Roberto Álvarez (1999)
- Puente de la Mujer, de Santiago Calatrava (2001)
- Torres El Faro (2002)
- Faena Hotel+Universe con intervención Philippe Stark, (2004)

En el año 1994 tiene lugar la reforma de la Constitución de la Nación Argentina. En el artículo N° 129 de dicha constitución se establece que “*La Ciudad de Buenos Aires tendrá un regimen de gobierno autonomo, con facultades propias de legislación y jurisdicción, y su jefe de gobierno sera elegido directamente por el pueblo de la ciudad*”

Una ley garantizará los intereses del Estado Nacional, mientras la Ciudad de Buenos Aires sea capital de la Nación

Dos años más tarde en el año 1996 se sanciona la Constitución de la Ciudad de Buenos Aires y en Artículo N°2 se establece que “*la Ciudad de Buenos Aires se denomina de este modo o como “Ciudad Autónoma de Buenos Aires”*”.

Artículo 8: Los límites territoriales de la Ciudad de Buenos Aires son los que históricamente y por derecho le corresponden conforme a las leyes y decretos nacionales vigentes a la fecha. Se declara que la ciudad es corribereña del río de la Plata y del Riachuelo, los cuales constituyen en el area de su jurisdicción bienes de su domonio público.

Sus principales datos físico-geográficos son:

- Perímetro: 60,5 Km.
- Superficie: 202,04 km<sup>2</sup>
- Extensión:
  - Norte-Sur 19,4 Km.
  - Este-Oeste 17,9 Km.
- Puntos Extremos:
  - Latitud 34° 36' Sur
  - Longitud 58° 26' Oeste
- Altitud 25 m s.n.m.

Límites:

- *Norte*: Partido de Vicente López
- *Sur*: Partido de Lomas de Zamora
- *Este*: Partido de Avellaneda
- *Oeste*: Partido de Tres de Febrero.
- Limita además al NO con el Partido de General San Martín; al NE con el Río de la Plata; al SO con el Partido de La Matanza y al SE con el Partido de Lanús.

Todos los partidos que limitan con la Ciudad de Buenos Aires pertenecen al área llamada Gran Buenos Aires, que ocupa 3.680 km<sup>2</sup>, que junto con la Ciudad compone el Área Metropolitana, de 3.879 km<sup>2</sup>.<sup>5</sup>

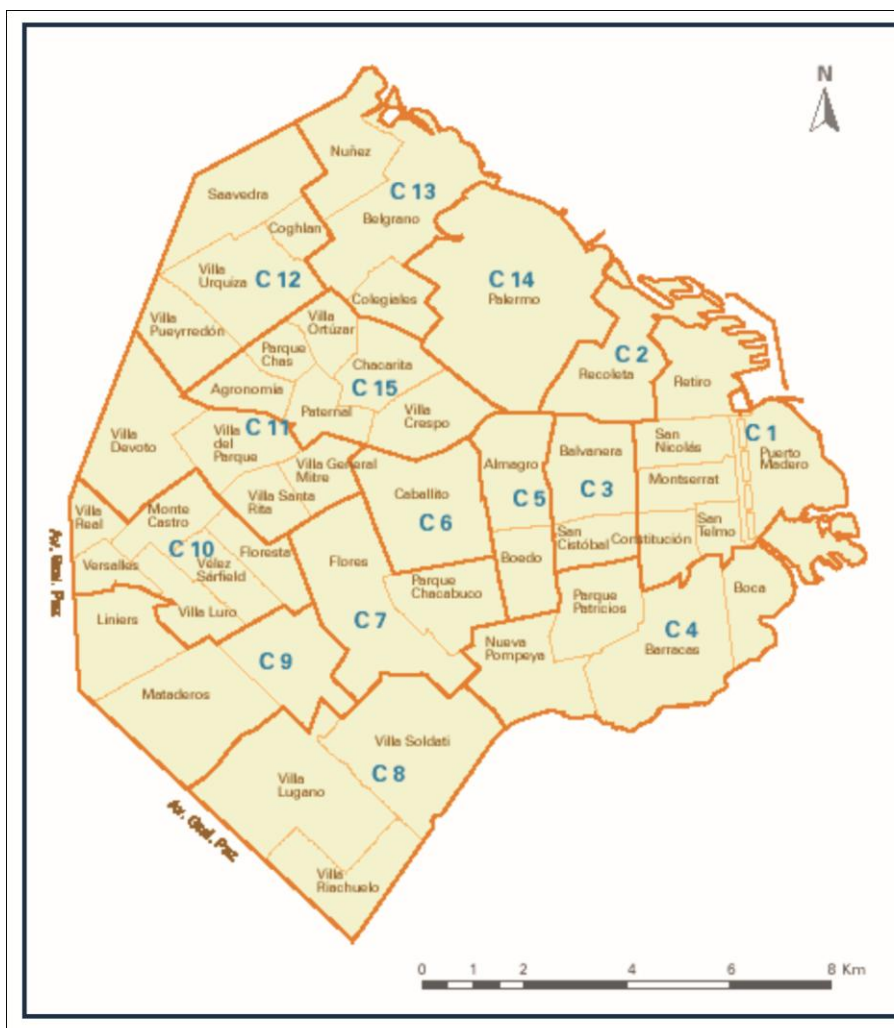
La Ciudad de Buenos Aires, tiene 48 barrios en 15 comunas. Esta delimitación se aprobó mediante la Ley 2329 sancionada en mayo del 2007.

---

<sup>5</sup> Los partidos que constituyen el Gran Buenos Aires son: Almirante Brown, Avellaneda, Berazategui, Esteban Echeverría, Florencio Varela, General San Martín, General Sarmiento, La Matanza, Lanús, Lomas de Zamora, Merlo, Moreno, Morón, Quilmes, San Fernando, San Isidro, Tigre, Tres de Febrero y Vicente López. (Dirección General Centro Documental de Información y Archivo Legislativo. Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires. CEDOM)

La norma define los límites y divisiones establecidos en el mapa, de la Ley Orgánica de Comunas N° 1777 que había sido modificado por la Ley N° 2094 del 2006.

**Plano 5:** Plano oficial de la Ciudad de Buenos Aires, por comunas y barrios.



Fuente: Anuario Estadístico 2009. Dirección General de Estadística y Censos. Ministerio de Hacienda G.C.B.A.

Barrios que se incluyen en cada Comuna:

Comuna 1: Retiro, San Nicolás, Puerto Madero, San Telmo, Montserrat, Constitución.

Comuna 2: Recoleta.

Comuna 3: San Cristóbal, Balvanera.

Comuna 4: Boca, Barracas, Parque Patricios, Nueva Pompeya.

Comuna 5: Almagro, Boedo.

Comuna 6: Caballito.

Comuna 7: Flores, Parque Chacabuco.

Comuna 8: Villa Soldati, Villa Riachuelo, Villa Lugano.

Comuna: 9: Mataderos, Liniers, Parque Avellaneda.

Comuna 10: Floresta, Monte Castro, Vélez Sarsfield, Versailles, Villa Luro, Villa Real.

Comuna 11: Villa General Mitre, Villa Devoto, Villa del Parque, Villa Santa Rita.

Comuna 12: Coghlan, Saavedra, Saavedra, Villa Urquiza, Villa Pueyrredón.

Comuna 13: Belgrano, Colegiales, Núñez.

Comuna 14: Palermo.

Comuna 15: Ch s.

## ***Capítulo 5: Buenos Aires, destino de turistas***



Crucero llegando al puerto de la Ciudad de Buenos Aires.

Fuente: <http://www.puertobuenosaires.gov.ar/imagenes/FotosTerminaldeCruceros>



En este capítulo se aborda el estudio de la **oferta** y de la **demanda turística** de la ciudad de Buenos Aires. A tales efectos, se presenta ordenado sobre la base de los siguientes apartados o títulos:

- La oferta turística de Buenos Aires
- El espacio del turismo en Buenos Aires
- La demanda turística de Buenos Aires

**La oferta turística de Buenos Aires**, trata sobre todo aquello de que dispone la ciudad y que *motiva* el viaje, o sea, los *atractivos turísticos*, y sobre aquello que *posibilita* el viaje, o sea, la *infraestructura* y la *planta turística*.

En el caso de la oferta de *atractivos*, también llamados *oferta primaria*, se distingue entre *atractivos naturales* y *culturales*, y se hace referencia solamente a aquellos que tienen importancia por su impacto en la actividad *turística* y no a *todos* los *atractivos* de la ciudad, que son mayores en número, pero de menor importancia turística.

El apartado **El espacio del turismo en Buenos Aires**, ofrece una enumeración y descripción somera de los *lugares (barrios)*, en los que se centralizan los *atractivos*, y por consiguiente, la actividad turística.

Por último, bajo el apartado **La demanda turística de Buenos Aires**, se exponen los resultados de la gestión turística, distinguiendo entre *demand externa* e *interna*, o sea, entre los turistas provenientes del exterior y del interior del país.

## 5.1 La oferta turística de Buenos Aires

La *oferta turística* está integrada por:

- la **oferta primaria**, que es lo *que motiva* el viaje, o sea, los *atractivos turísticos*,
- la **oferta secundaria**, que lo *hace posible*, o sea, la *infraestructura* y la *planta turística* que permiten el *traslado* y la *estancia*,
- y por algunos otros *bienes no turísticos* que se comercializan en el sistema.

### 5.1.1 Oferta primaria: lo que motiva el viaje

Los *atractivos turísticos*, o sea, la oferta primaria, son elementos que tienen capacidad de causar interés, placer, asombro, curiosidad, o experiencias fuera de lo habitual, y que pueden estimular a una persona a realizar un viaje, y se pueden clasificar en:

- Atractivos naturales; y
- Atractivos culturales



## ***Atractivos naturales***

Los *atractivos turísticos naturales* poseen características propias que confieren la identidad del medio natural. Pueden estar modificados por el hombre, y suelen constituirse en el soporte de diferentes interacciones del individuo y el medio. Son todos aquellos elementos que existen en la naturaleza, con capacidad de originar demanda turística.

La Ciudad de Buenos Aires cuenta con una superficie de 1841 km<sup>2</sup>. de espacios verdes, distribuidos en varios tipos: *parque, plaza, plazoleta, cantero y jardín*.

Se denomina:

- *Parque*, espacio libre no menor a 2 hectáreas arbolado y de características agreste, urbanizado o no.
- *Plaza*, a un espacio libre a partir de una superficie mínima de 2.500 m<sup>2</sup>, cultivado con flores, arbustos e instalaciones para el solaz y esparcimiento
- *Plazoleta*, a un espacio libre similar a la *plaza*, pero de superficie hasta 2.500 m<sup>2</sup>.
- *Cantero*, a una faja larga y angosta situada en el centro de las calzadas de las avenidas, o a una porción de tierra con adornos de jardinería.
- *Jardín*, terreno adornado con plantas y/o fuentes, estatuas, etc.

Los parques representan la categoría con mayor extensión: 1.071 km<sup>2</sup>.

La distribución de espacios verdes por comunas (que se muestra en la Tabla 22 y en el Mapa 1, en las páginas siguientes), muestra el predominio, en este aspecto, de la comuna 1 (que incluye los barrios Puerto Madero, San Nicolás, Montserrat, San Telmo, y Constitución), con 486 hectáreas, y de la comuna 8 (barrio de Palermo), con 405 ha. Ambas comunas comparten la Reserva Ecológica (360 ha) y el Parque Roca (120 ha).

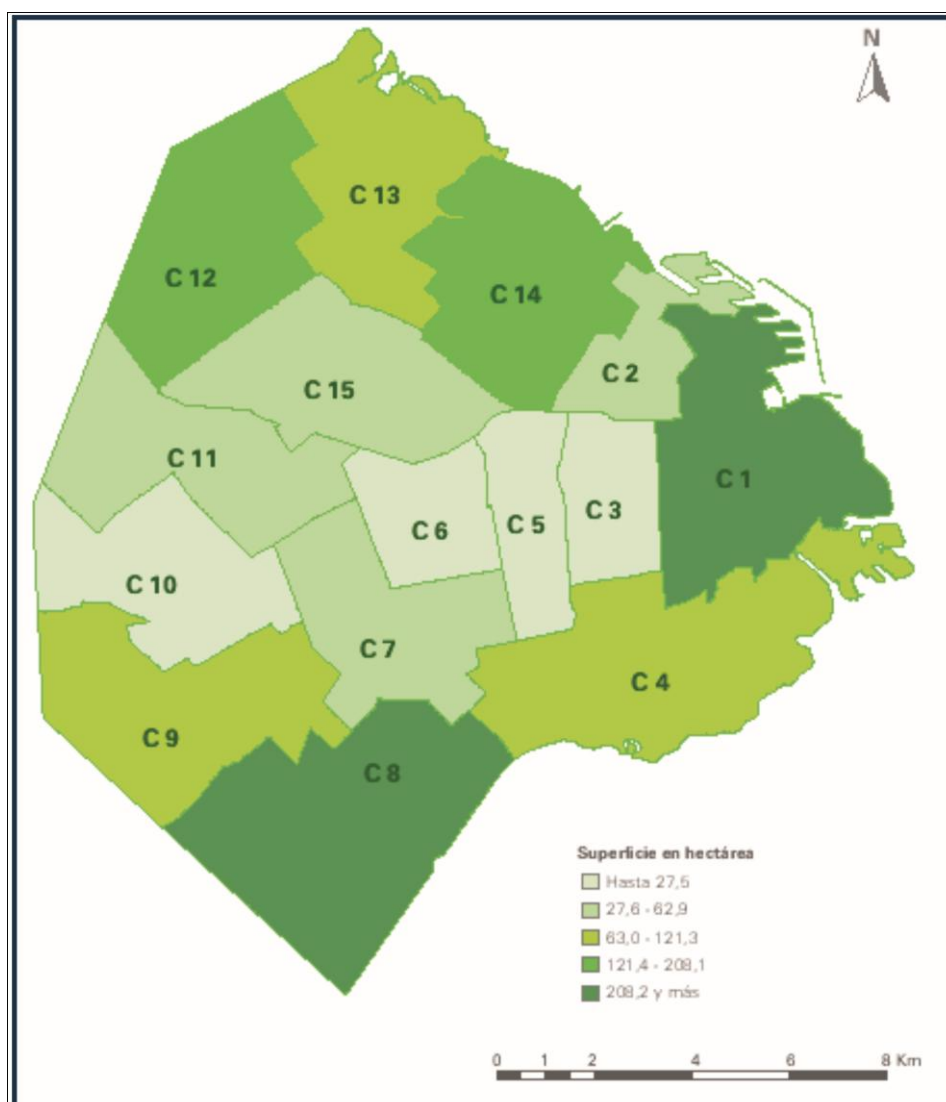
**Tabla 22:** Superficie de espacios verdes por tipo y comuna.

Ciudad de Buenos Aires. Año 2009.

TIPO DE ESPACIO VERDE							
COMUNA	TOTAL	PARQUE	PLAZA	PLAZOLETA	CANTERO	JARDIN	OTRO <sup>1</sup>
TOTAL	1.841	1.071	306,8	85,9	150,9	214,1	14,3
1	486,5	396,4 <sup>2</sup>	46,2	16,8	27,0	0	0,1
2	49,6	6,4	36,2	5,1	0,1	1,7	-
3	8,5	-	6,0	2,4	-	0	0,1
4	104,7	35,0	22,2	9,6	27,0	1,3	9,5
5	2,9	-	2,7	0,3	-	-	-
6	27,5	18,2	6,9	1,1	0,7	-	0,6
7	40,5	17,0	9,5	3,1	9,8	0,5	0,6
8	405,3	296,8 <sup>3</sup>	10,6	2,5	56,4	39,1	0,3
9	107,1	37,0	10,1	5,6	12,9	41,5	0,2
10	21,9	-	14,7	4,7	0,4	1,9	1,3
11	62,9	-	10,0	1,8	1,5	48,2	1,8
12	165,5	94,2	12,7	3,8	7,2	45,8	0,2
13	121,3	74,0	18,2	6,6	1,2	20,2	0
14	206,1	79,0	94,9	19,8	3,5	10,8	0,1
15	30,9	16,0	6,0	2,5	3,2	3,1	0,1

Fuente: Anuario Estadístico 2009. Dirección General de Estadística y Censos. Ministerio de Hacienda G.C.B.A.

**Mapa 2:** Distribución geográfica de la superficie de espacios verdes por comuna. Ciudad de Buenos Aires. Año 2009.



Fuente: Anuario Estadístico 2009. Dirección General de Estadística y Censos. Ministerio de Hacienda G.C.B.A.

Desde *el punto de vista turístico*, Buenos Aires ofrece varios atractivos naturales.<sup>6</sup>

El **Río de la Plata** es un atractivo turístico de importancia, por las actividades recreativas y deportivas que se realizan en sus costas, en particular, en los partidos de San Fernando y Tigre (de la Provincia de Buenos Aires) (al norte de la Ciudad de Buenos Aires). Constituye un sistema ecológico donde desaguan (entre otros) los ríos Paraná y Uruguay, que le aportan una gran cantidad de materia orgánica, por lo que hay mayor cantidad proporción de especies detritívoras y carnívoras que de herbívoras. Por los bancos de arena sedimentarios es de poca profundidad y navegación arriesgada, y requiere dragado frecuente. Está sometido a un uso muy intenso porque es la principal fuente de abastecimiento de agua potable para el área metropolitana, pero además es vertedero de desechos domiciliarios e industriales.

El **Parque Natural y Reserva Ecológica Costanera Sur-Reserva Ecológica**, sobre terrenos ganados al río, tiene una superficie de 350 hectáreas. Presenta diferentes ambientes (playas, bañados, lagunas de agua poco profundas, matorrales y bosques) que albergan más de 250 especies de aves, mamíferos, anfibios y variedad de peces. El área cuenta con un sistema de senderos y otras facilidades de interpretación, y se realizan visitas guiadas, diurnas y nocturnas.

Los **Lagos de Palermo**, que se formaron inundando la depresión creada por la extracción de tierra para construir los terraplenes del ferrocarril, están rodeados de un bosque de tipas, eucaliptos, talas y ombúes. Los lagos son lagos; el lago Victoria Ocampo, lago el Rosedal, lago del Pantano y el lago de Regata. Están poblados de tararinas, bagres, carpas, anguilas, etc. los botes se constituyen en una atracción en Palermo. En el lago el Rosedal hay un embarcadero con botes y deslizadores acuáticos.

El **Jardín Botánico**, ubicado en el barrio de Palermo, tiene una superficie de casi ocho hectáreas y entre 5.000 y 6.000 especies de plantas. La flora argentina recibe el lugar más importante, con especies características de cada provincia. Otras secciones están destinadas a la flora de cada continente. El Jardín Botánico cuenta con esculturas, senderos y fuentes que lo hace un paseo especialmente relajante y agradable.

---

<sup>6</sup> Para la redacción de este texto se utilizaron las siguientes fuentes: Anuario de la Ciudad de Buenos Aires (2009); Atlas Ambiental de la Ciudad de Buenos Aires; Boto, A. (2002)

El **Jardín Japonés**, también en Palermo, ofrece al visitante plantas, flores, puentes y cascadas, reproduciendo un jardín japonés tradicional, complementado con un espacio concebido de meditación, una casa de té y un restaurante, y ofrece exposiciones y talleres vinculados a la cultura japonesa.

El **Parque 3 de Febrero**, también en Palermo, es uno de los espacios verdes más relevantes del ejido urbano. Uno de sus sectores más visitados es El Rosedal, lindero al lago y protegido en todo su contorno por una reja de hierro forjado. Sus mayores atractivos son el Jardín de los Poetas, el Patio Andaluz (obsequiado por la ciudad de Sevilla a la Ciudad de Buenos Aires); la Glorieta, cubierta por rosales trepadores y enredaderas; el Puente, construcción de madera que atraviesa el lago; y La Rosaleda, corazón del parque, donde todas las primaveras florecen más de los 12.000 ejemplares de rosas.

El **Parque Presidente Nicolás Avellaneda**. Ubicado, en el centro del barrio Avellaneda, ocupa de 30 hectáreas de patrimonio natural, histórico y cultural que lo constituye por su extensión en el tercer parque de la Ciudad. Son atracción la flora y avifauna del lugar, los edificios históricos y las actividades educativas y culturales, como los cursos medioambientales.

### ***Atractivos Culturales***

Los *atractivos culturales* son realizaciones humanas de muy diverso tipo. Su enumeración puede resultar tediosa, pues incluyen museos, arquitectura, pintura, escultura, música, danza, decoración, manifestaciones culturales históricas (ruinas y sitios arqueológicos, lugares históricos), expresiones folklóricas, religiosas, costumbres y creencias populares, ferias y mercados, artesanías, gastronomía, ferias y exposiciones, festivales artísticos y deportivos, manifestaciones técnicas y científicas contemporáneas (explotaciones industriales, agropecuarias, mineras y de ingeniería; centros científicos y técnicos), centros comerciales, recreativos, etc.

No todo bien cultural ejerce atracción para el turista. La potencialidad turística de un recurso cultural está dada por una combinación de sus cualidades representativas, valor estético, singularidad, grado de conservación, disponibilidad, localización y de accesibilidad.

Pero la importancia de un recurso cultural en el posicionamiento internacional de una ciudad es muy grande: *En los comienzos del siglo XXI, las ciudades compiten por encontrar un lugar en el mundo..... Sin embargo, la cuestión no está sólo en situarse en el mapa, sea este cultural o turístico, sino en poner en valor los recursos disponibles, tanto de cara a la atracción de visitantes como a la sociedad local. Hay, por tanto, que abordar su **adecuación funcional*** (Troitiño Vinuesa, M., 2002, 496).

Se presentará brevemente la oferta cultural de Buenos Aires *que constituye un atractivo turístico* de importancia, bajo los siguientes títulos:

- Monumentos y lugares patrimoniales
- Museos y centros culturales
- Bares y cafés notables
- Tango
- Centros comerciales, recreativos y temáticos

### **Monumentos y Lugares Históricos**

Los lugares patrimoniales se están consolidando como **hitos de referencia** de las rutas turísticas más frecuentadas de nuestro planeta (Troitiño Vinuesa, M., 2002, 516)

La Ciudad de Buenos Aires cuenta con numerosos edificios que por su arquitectura, historia y arte, han sido considerados *Monumentos y lugares Históricos*. Algunos de estos edificios, por su valor patrimonial, son atractivos turísticos en sí mismos. Otros han pasado a cumplir nuevas funciones vinculadas al turismo, tales como la de ser asiento de centros comerciales, de museos, etc., a los que el valor patrimonial del edificio otorga un valor añadido.

Con la sanción de la Ley 12.665/40 se crea la *Comisión Nacional de Museos, Monumentos y Lugares Históricos*, dependiente del Poder Ejecutivo Nacional, que tiene entre sus objetivos:

- a) Preservar, defender y acrecentar el patrimonio Histórico y artístico de la Nación;
- b) Proponer al Poder Ejecutivo la declaración de utilidad pública de lugares y monumentos, inmuebles, documentos y ámbitos urbanos (tanto públicos como privados) que se consideren de interés Histórico o Histórico-artístico, por su representatividad socio-cultural para la comunidad.

Es esta Comisión la que designa como *monumento o sitio histórico* a un lugar o un edificio.

La disposición N° 6/91 de la Comisión, establece que los bienes patrimoniales serán clasificados en:

- Monumento Histórico Nacional
  - Monumento Histórico Nacional
  - Monumento Histórico Artístico Nacional
  - Monumento Histórico y Artístico Nacional
- Lugar Histórico nacional
  - Sitio Histórico

- Solar Histórico
- Sitio Arqueológico
- Pueblo Histórico
- Bienes de interés Histórico
  - Sepulcro Histórico
  - Árbol Histórico
- Pueblo, barrio o centro Histórico
- Paisaje urbano y natural
- Edificio y actividades
  - Bienes de interés Histórico -Artístico
  - Bienes inmuebles, construcciones, grupos escultóricos, murales, parques y jardines) bienes muebles (objetos-histórico artístico).

Para evaluar un lugar o un edificio candidato a integrar el Registro Nacional de Bienes Históricos e Histórico-Artísticos, la mencionada Comisión Nacional sigue las Pautas de Valoración y Protección de Monumentos Nacionales (Disposición N° 16/07), sobre la consideración de tres aspectos: el interés histórico-cultural, cuya referencia hace a la afirmación de la identidad y del tejido social en que se integra, por lo que los edificios registrados no deben ser erradicados por motivos económicos. Serán de especial interés las referencias que hacen al autor del proyecto, al comitente, al hecho histórico asociado y al valor simbólico específico que asuma para la comunidad local; el interés artístico-arquitectónico y constructivo, vinculado con las características inherentes a la obra propiamente dicha. Para ello se tendrán en cuenta sus características formales, espaciales, funcionales, tecnológicas, constructivas y tipológicas, el interés de su equipamiento mueble, los valores estéticos y económicos, su autenticidad, singularidad o rareza. También los valores de autoría como la jerarquía académica del arquitecto interviniente y la representatividad del área cultural a la cual pertenezca. A tales efectos se considerarán de un modo especial aquellos edificios que poseen valores irrepetibles en su especie; el interés paisajístico-ambiental, referido a la relación de la obra con el entorno. A tales efectos se considerarán especialmente: los otros edificios existentes en el área inmediata, líneas, retiros y alturas, relación de espacios construidos y abiertos, vegetación, equipamiento urbano, traza urbana, usos del área, valores de agrupamiento, visuales y paisajísticos.

El Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires también establece el Patrimonio Cultural de la Ciudad de Buenos Aires (Ley 1.227), integrado por:

**Sitios o lugares históricos:** vinculados con acontecimientos del pasado, de destacado valor histórico, antropológico, arquitectónico, urbanístico o social;

**Monumentos**, obras singulares de índole arquitectónica, ingenieril, pictórica, escultórica u otras que sobresalen por su valor arquitectónico, técnico, histórico, social o artístico, vinculado a un entorno o marco referente que concurra a su protección;

**Conjunto o grupo de construcciones** ubicadas en áreas de valor arquitectónico, urbano o tecnológico. Casco Histórico, centros, barrios o sectores Históricos que conforman una unidad de alto valor social y cultural;

**Jardines Históricos**: productos de la ordenación humana de elementos naturales, caracterizados por sus valores estéticos, paisajísticos y botánicos que ilustren la evolución y asentamiento humano en el curso de la historia;

**Espacios Públicos**: plazas, plazoletas, bulevares, costaneras, calles u otros. Su valor radica en función del grado de calidad ambiental, homogeneidad tipológica espacial, así como en la presencia en cantidad y calidad de edificios de valor Histórico, y de las condiciones espaciales y funcionales ofrecidas para el uso social pleno;

**Zonas Arqueológicas**: sitios o enclaves en los que se compruebe la existencia real o potencial de restos y testimonios de interés relevante;

**Bienes Arqueológicos** de interés relevante: extraídos o no, tanto de la superficie terrestre o del subsuelo, como de medios subacuáticos;

**Colecciones y Objetos** existentes en museos, bibliotecas y archivos así como otros bienes de destacado valor Histórico, artístico, antropológico, científico, técnico o social;

**Fondos Documentales** en cualquier tipo de soporte;

**Expresiones y manifestaciones intangibles** de la cultura ciudadana, que estén conformadas por tradiciones, costumbres y hábitos de la comunidad así como espacios o formas de expresión de la cultura popular y tradicional de valor histórico, artístico, antropológico o lingüístico, vigentes y/o en riesgo de desaparición.

El Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, que ha sostenido una política de valorización de los bienes del patrimonio material e inmaterial, promulgó en 1994 la Ordenanza 48039/94, que establece que podrán ser declarados *Sitios de Interés Cultural: los lugares en que hayan nacido, vivido o fallecido personas destacadas en el campo de la cultura, que se vinculen de alguna manera con la Ciudad; los lugares que por sí solos se han constituido en parte inseparable de la ciudad, como cines, cafés, teatros, templos, etcétera; las construcciones que por su estilo o características arquitectónicas merezcan, ser destacadas.*





La *Dirección General de Museos*:

- administra los 10 museos de Gobierno de la Ciudad
- creó en el año 2001, la *Red de museos Porteños*, integrada por más de 130 instituciones públicas y privadas, con el objetivo de potenciar las actividades del área, a través de propuestas conjuntas de transformación en la gestión de los museos de la ciudad. Sus principales ejes de trabajo son educación, técnica museológica, difusión y legislación específica;
- coordina las actividades del *Centro de Museos de Buenos Aires*, y gestiona el *Centro de Informes de Museos*, ubicado en la *Torre Monumental* (o Torre de los Ingleses), que informa y orienta al público respecto de la oferta de museos, accesibilidad, etc.

La Ciudad de Buenos Aires participa en la *Red de Museos de Mercociudades*, que reúne a los alcaldes e intendentes de los grandes centros urbanos del MERCOSUR. Este es un ámbito de diseño y difusión de políticas públicas culturales para la región, para defender, conservar y fortalecer los valores culturales de las ciudades revalorizando las identidades locales y regionales. Siguiendo las tendencias actuales de la gestión de museos, comenzadas con *la larga noche de los museos* de Berlín, 1977, se realiza en Buenos Aires *La Noche de los Museos*: se pueden recorrer museos y espacios de arte públicos (del Gobierno de la Ciudad y también de la Nación) y privados a través de diferentes circuitos organizados, con acceso y transporte libre y gratuito, actividades especiales relacionadas (exposiciones, teatro, música, cine, etc.), y eventos artísticos.

Sin embargo, los museos de la ciudad están en riesgo, en general por cuestiones presupuestarias (pero también por desconocimiento y desinterés): escaso personal, deterioro de la infraestructura, insuficiente seguridad, etc. *La oferta museística también suele jugar un papel importante, pero su adecuación a las demandas y necesidades de los visitantes ofrece múltiples carencias al existir bastantes desencuentros entre la gestión cultural y la gestión turística* (Troitiño, Vinuesa, M., 2003, a, 148).

Solo los 10 museos administrados por el gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, han mejorado (en términos de reconocimientos y asistencia de público), posiblemente porque cuenta con programas de puesta en valor y promoción que se desarrollaron de manera sistemática y continua en los últimos años.

Hay varios ejemplos de edificios con valor patrimonial, y hoy son museos o centros culturales, que han sido objeto de transformaciones, cambios de funciones y reciclados. Por ejemplo, en el barrio de San Telmo, el **Museo Penitenciario Antonio Ballvé** es un edificio de 1760, que en sus orígenes fue Casa de Ejercicios Espirituales, más tarde curtiembre y saladero, centro asistencial, cárcel. En el año 1980 pasa a ser museo. El **Museo de Arte Moderno** donde hoy exhiben las obras de los artistas plásticos más representativos del arte contemporáneo, es una edificación del año 1918, que funcionó como depósito de una fábrica de tabacos y aun conserva la fachada industrial. En el **Barrio de La Boca**, en la **Fundación Proa**, se exponen obras de arte y arquitectura contemporánea de destacadas personalidades, y es una antigua casona del antiguo puerto porteño, reciclada. En el Barrio La recoleta, el **Centro Cultural Recoleta**. Fue un claustro de los padres recoletos en 1732. El reciclado se realizó en 1980.

Relación de los Museos y Centros Culturales de la Ciudad de Buenos Aires, agrupados por barrios<sup>7</sup>

#### **Barrio Balvanera**

- Museo Casa Carlos Gardel. Jean Juárez 735.
- Museo Casa Houssay. Viamonte 2790.
- Museo de Farmacobotánica Juan A. Domínguez de la Universidad de Buenos Aires. Junín 954.
- Museo de la Deuda Externa. Avenida Córdoba 2122.
- Museo de los Niños. Abasto. Avenida Corrientes 3247. 2º Piso.
- Museo del Colegio De La Salle de Buenos Aires Hermano Esteban. Riobamba 650.
- Museo del Colegio San José. Bartolomé Mitre 2455.
- Museo del Patrimonio Histórico - Palacio de Aguas Corrientes. Riobamba 750 1º Piso.
- Museo Forense de la Morgue Judicial. Junín 760.
- Museo Histórico de la Honorable Cámara de Diputados. Bartolomé Mitre 2085. 1º Piso.
- Museo Casa Batatópolis. Tucumán 305.

---

<sup>7</sup> Para la elaboración de la lista de museos se utilizaron las siguientes fuentes: Sistema de Información Cultural de la Argentina [www.sinca.gov.ar](http://www.sinca.gov.ar), Museos de Buenos Aires [www.museosbuenosaires.gov.ar](http://www.museosbuenosaires.gov.ar), Directorio de Museos Argentinos [www.museosargentinos.org.ar](http://www.museosargentinos.org.ar), Guía de Museos [www.cultura.gov.ar](http://www.cultura.gov.ar), Red de contenidos digitales del Patrimonio Cultural: [www. Acceder.com.ar](http://www.Acceder.com.ar).

- Centro Cultural Fray Mocho. Teniente Gral. Perón 3644.
- Centro Cultural Héctor Ricardo Rojas. Avenida Corrientes 2038.

#### **Barrio Barracas**

- Museo de Ciencias Naturales de Especialidad Zoológica Médica. Avenida Vélez Sarsfield 563.
- Museo de la Balanza. California 2000.

#### **Barrio Belgrano**

- Museo Casa Yrurtia. O'Higgins 2390.
- Museo de Arte Español "Enrique Larreta". Avenida Juramento 2291.
- Museo Histórico Sarmiento. Juramento 2180.
- Museo Molino de Papel "La Villa". Zapiola 2196.

#### **Barrio Boedo**

- Museo de la Psicología Experimental Argentina "Horacio G. Piñero". Independencia 3065–3º Piso, 312.
- Museo Monte de Piedad. Avenida Boedo 870.

#### **Barrio Caballito**

- Primer Museo Histórico Ernesto Che Guevara. Rojas 129.
- Museo de Ciencias Naturales Bernardino Rivadavia. Avenida Ángel Gallardo 490.
- Museo de Esculturas Luis Perloti. Pujol 644.
- Museo Anestesiológico y Biblioteca Histórica de la Asociación de Anestesiología de Buenos Aires. Presidente Sarmiento 541.

#### **Barrio Colegiales**

- Museo Anconetani del Acordeón. Guevara 492.

#### **Barrio Constitución**

- Fundación Museo de la Caricatura Severo Vaccaro. Lima 1037.

#### **Barrio Flores**

- Escuela Museo de Bellas Artes Gral. Urquiza. Yermal 2370.
- Casa de la Cultura de Flores. Artigas 202. (Centro Cultural).

#### **Barrio de La Boca**

- Museo de Bellas Artes de La Boca Quinquela Martín. Avenida Pedro de Mendoza 1835.
- Museo Histórico de Cera. Dr. E. del Valle Iberlucea 1261.
- Museo de Bellas Artes al Aire Libre. Caminito. Pasaje Caminito. Entre Magallanes y Lamadrid.

- Museo de Calcos y Esculturas Comparadas Ernesto de La Cárcova. Avenida España 1701.
- Museo de la Pasión Boquense. Brandsen 805.
- Museo Histórico y de las Tradiciones Populares de La Boca. Mendoza 1727. 4º Piso.
- Museo Casa Taller Celia Chevalier. Irala 1162.
- Museo conventillo Histórico El Rincón de Lucía. General Gregorio Araoz de Lamadrid 699.
- Museo Memorias de San Juan Evangelista. Olavarría 586.

#### **Barrio Mataderos**

- Museo Criollo de Los Corrales. Avenida de Los Corrales 6436.

#### **Barrio Montserrat**

- Monseñor Fray José María Bottaro. Alsina 380.
- MUMIN-Museo Participativo Minero. Avenida Julio Argentino Roca 65.
- Museo Histórico Nacional del Cabildo de Buenos Aires y de la Revolución de Mayo. Bolívar 65.
- Museo de la Casa Rosada. Hipólito Irigoyen 219.
- Museo de la Ciudad de Buenos Aires. Alsina 412.
- Museo de la Santa Casa de Ejercicios Espirituales Sor María Antonia de la Paz y Figueroa. Avenida Independencia 1190. Piso C.
- Museo del Antiguo Recinto del Congreso Nacional. Balcarce 139.
- Museo Etnográfico Juan B. Ambrosetti. Moreno 350.
- Museo Mundial del Tango. Avenida Rivadavia 830.
- Museo Nacional de la Historia del Traje. Chile 882.
- Museo Nacional del Grabado. Defensa 372.
- Instituto de Investigaciones Históricas de la Manzana de las Luces. Perú 272.
- Monseñor Fray José María Bottaro. Alsina 380.
- Museo Santo Domingo. Defensa 422.
- Museo tecnológico Eduardo Latzino. Avenida Paseo Colon 650.

#### **Barrio Nueva Pompeya**

- Museo Manoblanca. Tabaré 1371.

#### **Barrio Núñez**

- Museo Argentino de Caza Mayor. Udaondy y Figueroa Alcorta.
- Centro Cultural Julio Cortázar. O´ Higgins 3050.

### **Barrio Palermo**

- Museo Casa de Alfredo Palacios. Charcas 4741.
- MALBA-Museo de Arte Latinoamericano de Buenos Aires. Figueroa Alcorta 3415.
- Museo y Biblioteca Casa de Evaristo Carriego. Honduras 3784.
- Museo de Ciencia y Técnica de la Facultad de Ingeniería de la Universidad de Buenos Aires. Avenida Las Heras 2214.
- Museo del Automóvil Club Argentino. Avenida del Libertador 1850.
- Museo del Regimiento de Infantería N°1 Patricios de Buenos Ayres. Avenida Bullrich 481.
- Museo Evita. Lafinur 2988.
- Museo Histórico del Regimiento de Granaderos a Caballo General San Martín. Avenida Luis María Campos 554.
- Museo Nacional del Hombre del Instituto Nacional de Antropología y Pensamiento Latinoamericano. Tres de Febrero 1370.
- Museo del jardín Botánico Carlos Thays. República Árabe Siria 2690.
- Museo del planetario de la Ciudad de Buenos Aires Galileo Galilei. Avenida. Sarmiento y Belisario Roldán.
- Museo de A Museo de Motivos Argentinos José Hernández. Avenida del Libertador 2373.
- Museo Artes Plásticas Eduardo Sívori. Avenida Infanta Isabel 555.
- Museo Xul Solar. Laprida 1212.
- Museo Metropolitano. Castex 3217.
- Museo Nacional de Arte Decorativo. Avenida del Libertador 1902.
- Centro Cultural Tadrón. Niceto Vega 4802.

### **Barrio Parque Avellaneda**

- Centro de Muestras y Exposiciones de Arte Contemporáneo, La Casona de los Olivera. Avenida Directorio y Lacarra.
- Complejo Cultural Chacra de los Remedios. Directorio y Lacarra.

### **Barrio Parque Patricios**

- Complejo Museológico del Instituto Félix Bernasconi. Cástulo Castillo 2750.
- Centro Cultural del Sur. Avenida Caseros 1750.

### **Barrio Puerto Madero**

- Museo de Aduana y Puerto. Benito Correa 1351. Dársena Sur.
- Buque Museo fragata Presidente Sarmiento. Juana Manuela Gorriti 400. Dique 3.
- Buque Museo Corbeta A.R.A. Uruguay. Alicia M. de Justo 1900. Dique 4.
- Centro de Museos de Buenos Aires. Avenida de los Italianos 851.

### **Barrio Recoleta**

- Museo Casa de Ricardo Rojas. Charcas 2837.
- Museo Nacional de Arte Decorativo. Avenida del Libertador 1902.
- Museo Nacional de Bellas Artes. Avenida del Libertador 1473.
- Museo Participativo de Ciencias. Junín 1930.
- Museo y Centro de Estudios Históricos de la Facultad de Odontología de Buenos Aires. Marcelo T. de Alvear 2142.
- Museo de Patología de la Universidad de Buenos Aires. Uriburu 950.
- Museo de Farmacia Dra. Rosa C. D'Alessio de Carnevale Bonino. Junín 956. Piso 1.
- Museo de Historia de la Medicina y la Cirugía Vicente A. Risolía. Paraguay 2155. Piso 15.
- Museo y Archivo Histórico de la Facultad de Derecho de la Universidad de Buenos Aires. Avenida Figueroa Alcorta 2263. Piso 1º.
- Museo Padre Coll. Junín 1223.
- Museo Notario Roberto Mario Arata. Avenida Callao 1542
- Centro Cultural Recoleta. Junín 1223.
- Museo de Ciencia y Técnica de la Facultad de Ingeniería de la Universidad de Buenos Aires. Avenida Las Heras 2214.
- Museo de la Shoá–Fundación Memoria del Holocausto. Montevideo 919.
- Claustros del Pilar. Junín 1904.
- Museo de arquitectura. Avenida del Libertador 999.
- Centro Cultural José Ingenieros. Paraguay 2155. Piso 1º.
- Centro Cultural Recoleta. Junín 1930.

### **Barrio Retiro**

- Museo de la Casa del Teatro. Avenida Santa Fe 1243.
- Museo de Urología de Buenos Aires. Paraguay 1307.
- Instituto Nacional de Estudios de Teatro. Avenida Córdoba 1199.
- Museo de Arte Hispanoamericano Isaac Fernández Blanco. Suipacha 1422.
- Museo de Armas de la Nación. Avenida Santa Fe 702.

- Museo Nacional de la Inmigración. Avenida Antártida Argentina 1355. Piso C.
- Museo Nacional Ferroviario. Avenida del Liberador 405.
- Torre Monumental.
- Museo Histórico de Gendarmería Nacional. Avenida Presidente. Ramón Castillo 788.
- Centro Cultural de España en Buenos Aires. Florida 943.
- Centro Cultural Borges. Viamonte 500.
- Centro Cultural Konex. Avenida Córdoba 1235.

#### **Barrio Saavedra**

- Museo de Arte Abstracto del Sur-Fundación Adrián Dorado. Martín Malharro 2674.
- Museo Histórico Brigadier General Cornelio de Saavedra. Crisólogo Sarralde 6309. Piso C.

#### **Barrio San Cristóbal**

- Museo Itinerante de Arte Contemporáneo del MERCOSUR. Avenida Caseros 2739.

#### **Barrio Parque Chacabuco**

- Centro Cultural Adán Buenosayres. Avenida Asamblea 1200.
- Centro Cultural Crear. Riglos 841.

#### **Barrio San Nicolás**

- División Museo e investigaciones Históricas de la Policía Federal. San Martín 353.
- Museo Cultural del Tango. Maipú 666.
- Museo de las Escuelas. Bartolomé Mitre 1249.
- Museo de los Instrumentos del Teatro Colón. Viamonte 1168.
- Museo Histórico del Banco Provincia Dr. Arturo Jauretche. Sarmiento 364.
- Museo Histórico y Numismático del Banco de la Nación Argentina. San Martín 216.
- Museo Mitre. San Martín 336.
- Museo Postal y Telegráfico Dr. Ramón J. Cárcano. Sarmiento 151. P.B.
- Museo S. A. D. A. I. C “Vicente López y Planes”. Lavalle 1547. 1º Piso.
- Museo Judío de Buenos Aires. Libertad 769.
- Centro Cultural de la Cooperación. Avenida Corrientes 1543.



### **Barrio San Telmo**

- Museo Argentino del Títere. Piedras 905.
- Museo Penitenciario Argentino Antonio Ballué. Humberto 1º 378.
- Museo Histórico Nacional. Defensa 1600.
- Museo de Arte Moderno de Buenos Aires. Avenida San Juan 350.
- Museo Tecnológico Eduardo Latzina. Paseo Colón 650.
- Museo de la Iglesia Parroquial San Pedro González Telmo y su Claustro Histórico. Humberto 1º 340. Piso C.
- Museo de la Emigración Gallega en la Argentina (MEGA) Chacabuco 955.
- Centro Cultural General San Martín. Sarmiento 1551.
- Centro Cultural Plaza Defensa. Defensa 535.
- Fortunato Lacámara. San Juan 353.

### **Barrio Versalles**

- Museo del Automóvil. Irigoyen 2265.

### **Barrio Villa Crespo**

- Museo Anestesiológico. Presidente Sarmiento 541. Planta Baja.
- Museo de Gendarmería Nacional. Avenida Presidente Ramón Castillo 788.

### **Barrio de Villa Riachuelo**

- Museo Criollo de los Corrales. Avenida de los Corrales 6436.

### **Bares y Cafés Notables**

En el año 1998, el gobierno de la Ciudad promulgó la Ley 35/98 de creación de la Comisión de Protección y Promoción de los Cafés, Bares, Billares y Confiterías Notables de la Ciudad de Buenos Aires, para acrecentar el valor patrimonial y turístico de la ciudad mediante la puesta en valor de sus cafés y bares, que en su artículo N°2 establece que *Se considerará como notable, a aquel bar, billar ó confitería relacionada con hechos ó actividades culturales de significación; aquel cuya antigüedad, diseño arquitectónico o relevancia local le otorguen un valor propio.*

En el artículo N°6 queda expuesta la importancia en relación al turismo: *serán objetivos permanentes de la Comisión: la elaboración y actualización de un catálogo de cafés, bares, billares y confiterías notables en el ámbito de la ciudad y su difusión en los centros de actividad turística; promover la participación de los locales catalogados en la actividad cultural y turística de la ciudad, impulsando en estos actividades artísticas acorde a sus características.*

Puesto que otro de los objetivos es *Consensuar y proponer para los bienes que se incorporen a dicho catálogo proyectos de conservación, rehabilitación o cuando correspondan restauración edilicia y mobiliaria con asesoramiento técnico especializado del G.C.B.A u otra institución*, muchos de los locales han sido refaccionados, y desarrollan actividades artísticas y culturales, en algunos casos propuestas por el Gobierno de la Ciudad, y están incluidos en circuitos turísticos específicos de la ciudad.

Desde el año 2002 el Ministerio de Cultura de la Ciudad viene desarrollando el **Programa Cultural en Bares Notables**. El objetivo principal es la promoción de la participación de estos lugares en la actividad cultural y turística de la Ciudad. Ofrece una serie de espectáculos gratuitos de los más diversos géneros musicales en locales porteños.

### **Relación de los Bares y Cafés Notables de la Ciudad de Buenos Aires agrupados por barrios<sup>8</sup>**

#### **Barrio Almagro**

- Café El Banderín. Guardia Vieja 3601.
- 12 de Octubre. Bulnes 331.
- Las Violetas. Rivadavia 3899.

#### **Barrio Boedo**

- Café Esquina Homero Manzi Avenida. San Juan 3601.
- Café Margot. Boedo 857.

#### **Barrio Caballito**

- Café El Coleccionista. Rivadavia 4929.

#### **Barrio Constitución**

- El Progreso. Avenida. Montes de Oca 1700.

#### **Barrio Montserrat**

- Café Tortoni. Avenida de Mayo 825/29.
- Confitería del Hotel Castelar. Avenida de Mayo 1048.
- American Bar. Avenida Roque Sáenz Peña 632.
- London City. Avenida de Mayo 599.
- 36 Billares. Avenida de Mayo 1265/71.
- La Embajada. Santiago del Estero 88.

---

<sup>8 8</sup> Para la elaboración de la lista de Cafés y bares Notables se utilizaron las siguientes fuentes: Sistema de Información Cultural de la Argentina: [www.sinca.gov.ar](http://www.sinca.gov.ar), Guía de Bares Notables: [www.buenosaires.gov.ar](http://www.buenosaires.gov.ar), Red de contenidos digitales del Patrimonio Cultural: [www.acceder.com.ar](http://www.acceder.com.ar), Sitios de Interés Cultural: [www.buenosaires.gov.ar/áreas/cultura](http://www.buenosaires.gov.ar/áreas/cultura)

- La Puerto Rico. Adolfo Alsina 420.
- El Querandí. Perú 302.
- Iberia. Avenida de Mayo 1196.

#### **Barrio Palermo**

- El Preferido de Palermo. Jorge Luis Borges 2108.
- Café Nostalgia. Soler 3599.

#### **Barrio Recoleta**

- Clásica y Moderna. Avenida Callao 892.
- Bar del Hotel Alvear. Avenida Alvear 1891.
- La Biela. Avenida Quintana 600.

#### **Barrio Retiro**

- Bar O Bar. Tres Sargentos 415.
- Plaza Bar. Florida 1005.
- Saint Moritz. Esmeralda 894.
- Florida Garden. Florida 899.

#### **Barrio San Cristóbal**

- Miramar. Sarandi 1190.

#### **Barrio San Cristóbal**

- Bar de Cao. Avenida Independencia 2400.

#### **Barrio San Nicolás**

- Café Los Galgos. Avenida Callao 501.
- El Gato Negro. Avenida Corrientes 1669.
- Claridge. Tucumán 535.
- Café Mar Azul. Tucumán 1700.
- Confitería Ideal. Suipacha 384.
- The Brighton. Sarmiento 645.
- Richmond. Florida 468.
- Petit Colón. Libertad 505.
- La Giralda. Avenida Corrientes 1453.

#### **Barrio San Telmo**

- El Hipopótamo. Brasil 401.
- Bar Sur. Estados Unidos 299.
- Británico. Brasil 399.
- Bar Plaza Dorrego. Defensa 1096/98.
- Bar Seddon. Defensa 695.

- Bar El Federal. Carlos Calvo 595/99.
- La Coruña. Bolívar 982/94.

#### **Barrio de La Boca**

- La Buena Medida. Suárez 101.
- La Perla. Don Pedro de Mendoza 1899.
- Bar El Estaño. Aristóbulo del Valle 1100.

#### **Barrio Mataderos**

- Bar Oviedo. Avenida Lisandro de la Torre 2407.

#### **Barrio Villa Devoto**

- Café de García. Sanabria 3302.
- Café Don Juan. Camarones 2702.

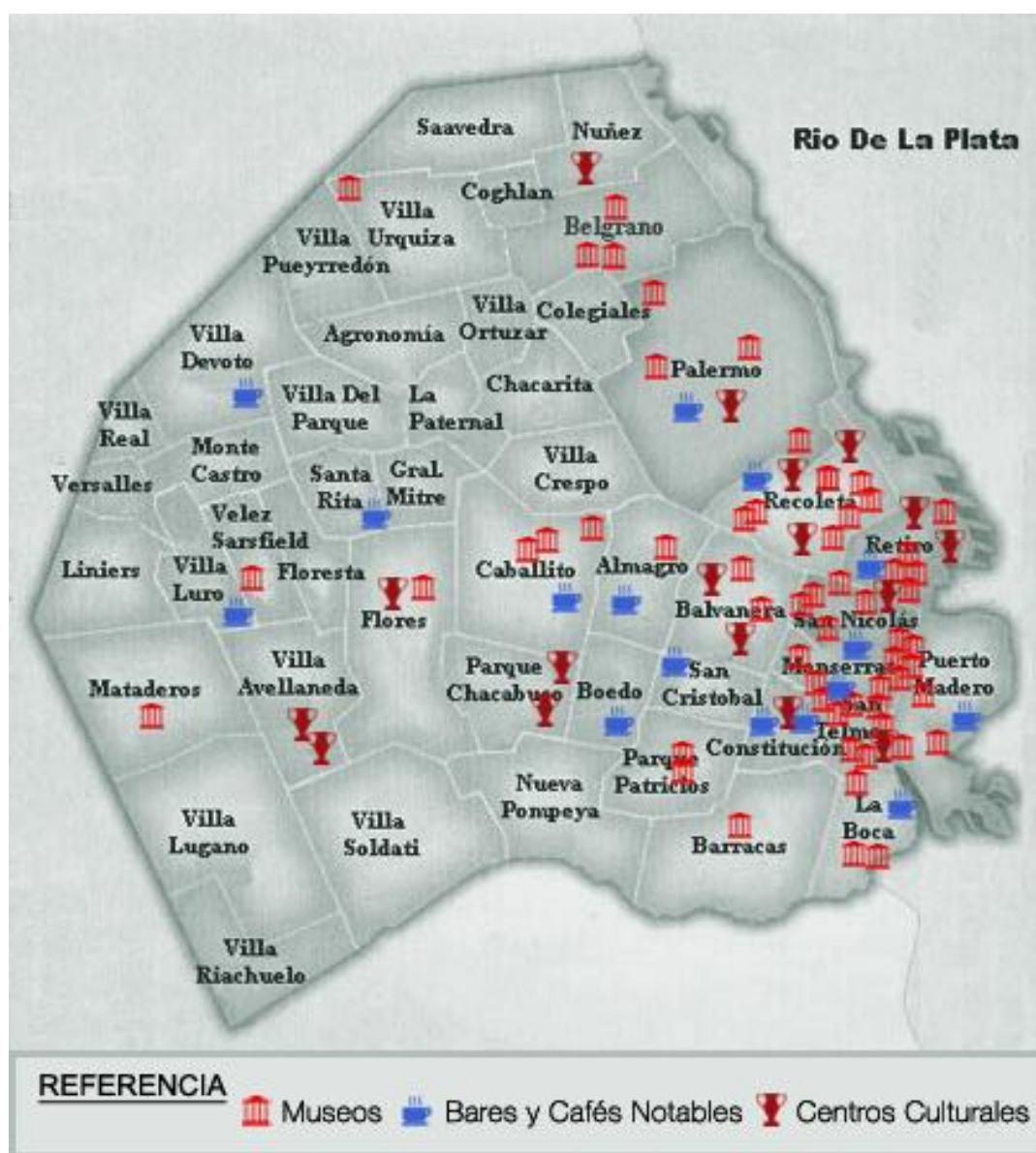
#### **Barrio Villa Luro**

- Bar Aragón. Avenida Alberdi 4899.
- Olimpo. Irigoyen 1491.

#### **Barrio Villa Santa Rita**

- Tokio. Álvarez Jonte 3550.

**Mapa 4:** Distribución geográfica de museos, centros culturales, bares y cafés notables. Ciudad de Buenos Aires. Año 2009.



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Sistema de Información Cultural de la Argentina: [www.sinca.gov.ar](http://www.sinca.gov.ar), Guía de Bares Notables: [www.buenosaires.gov.ar](http://www.buenosaires.gov.ar), Red de contenidos digitales del Patrimonio Cultural: [www.acceder.com.ar](http://www.acceder.com.ar), Sitios de Interés Cultural: [www.buenosaires.gov.ar/areas/cultura](http://www.buenosaires.gov.ar/areas/cultura), Museos de Buenos Aires [www.museosbuenosaires.gov.ar](http://www.museosbuenosaires.gov.ar), Directorio de Museos Argentinos [www.museosargentinos.org.ar](http://www.museosargentinos.org.ar), Guía de Museos [www.cultura.gov.ar](http://www.cultura.gov.ar)

## Tango

El tango, uno de los atractivos turísticos más importantes de la Ciudad de Buenos Aires, es un género musical propio de la zona del Río de la Plata, pero identificado principalmente con el paisaje urbano de Buenos Aires. Su particular sonoridad, y la característica manera de bailarlo, se han difundido ampliamente por América, Europa y Asia. Ha sido inscrito en la lista representativa del patrimonio Inmaterial de la humanidad, por la organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), el 30 de septiembre del 2009.

La UNESCO lo describe en la declaración: *La tradición argentina y uruguaya del tango, hoy conocida en el mundo entero, nació en la cuenca del Río de la Plata, entre las clases populares de las ciudades de Buenos Aires y Montevideo. En esta región, donde se mezclan los emigrantes europeos, los descendientes de esclavos africanos y los nativos (criollos), se produjo una amalgama de costumbres, creencias y ritos que se transformó en una identidad cultural específica. Entre las expresiones más características de esa identidad figuran la música, la danza y la poesía del tango que son, a la vez, una encarnación y un vector de la diversidad y del diálogo cultural.*<sup>9</sup>

Los turistas vienen a Buenos Aires atraídos por las *milongas* (lugar donde se baila tango), las *casas de tango* (lugares para presenciar un *show* de tango), y las academias o escuelas donde se pueden tomar clases de baile. Para algunos de ellos, *aprender a bailar el tango* es su principal motivo del viaje. La oferta de sitios relacionados con el tango crece constantemente, estimulada, por un lado por el turismo, pero también porque, después de algunas décadas de proscripción y baja imagen pública, el tango vuelve a bailarse entre los jóvenes argentinos.

La ciudad cuenta con 165 locales vinculados al tango: 80 establecimientos a los que se puede asistir a escuchar música en vivo o a una cena-show de tango (una experiencia de tipo *contemplativo*), y 108 que ofrecen la posibilidad de bailar y/o tomar clases (una experiencia de tipo *vivencial*) (algunos establecimientos ofrecen las dos posibilidades).

---

9

Se realizan tres eventos anuales, que combinan la actividad en la vía pública y en espacios cerrados:

- el **Festival de Buenos Aires Tango**, que ofrece conciertos (al aire libre y en teatros, centros culturales y bares históricos), clases de baile, milongas, proyecciones alusivas. Se realiza todos los años durante la última semana de febrero o primero de marzo,
- el **Campeonato Metropolitano de Tango Salón**, certamen para bailarines expertos, durante los meses de mayo y junio,
- y el **Campeonato Mundial de Baile de Tango**, que durante 9 días del mes de agosto reúne a participantes de todo el mundo, en dos categorías: tango salón y tango de escenario.

El tango es un elemento promotor de la visita a diferentes lugares emblemáticos de la ciudad (Recoleta, el Abasto, etc.), así como de las compras de productos vinculados (zapatos, discos y libros, ropa, *souvenirs*, etc.).

“El Abasto Plaza Hotel” es un hotel 5 estrellas, tematizado en torno al tango, que ofrece, por ejemplo, las *suites temáticas* “El día que me quieras” y “Mi Buenos Aires Querido”, nombres de dos conocidos tangos, y a cuyos huéspedes se les ofrecen clases de tango en su habitación. Dispone de cinco salones para baile, de diferentes capacidades, y equipados con alta tecnología en acústica, y ofrece a sus huéspedes los servicios de atención personalizada del *Tango Guest Relation*, personal que brinda asesoramiento que se le requiera, clases de tango, clínicas de tango a cargo de los campeones mundiales de tango, etc.

A continuación se presenta la lista de las Academias y Museos del Tango<sup>10</sup>

- Academia Nacional del Tango. Avenida de Mayo 833 Piso 1. Barrio Montserrat.
- Academia Porteña del Lunfardo (Biblioteca). Estados Unidos 1379. Barrio Constitución.
- Museo Casa Carlos Gardel. Jean Jaurés 735. Barrio Balvanera.
- Centro Educativo del Tango. Agrelo 3231. Barrio Balvanera.
- Casa Marcó Del Pont. Gral. J. G. de Artigas 202. Barrio Flores.
- Museo Cultural del Tango. Maipú 666. Barrio San Nicolás.
- Museo Mundial del Tango. Avenida Rivadavia 830. Barrio Montserrat.

---

<sup>10</sup> Para la elaboración de la lista de Academias de Tango se utilizaron las siguientes fuentes: Cámara de casas de tangos y música popular: [www.camaradetangos.com](http://www.camaradetangos.com), Guía de Tango. Turismo. G.C.B.A. [www.bue.gov.ar/actividades/tango](http://www.bue.gov.ar/actividades/tango), Museos de Buenos Aires: [www.museosbuenosaires.gov.ar](http://www.museosbuenosaires.gov.ar), Asociación de Milongas: [www.asocdemilongas.com.ar](http://www.asocdemilongas.com.ar)

- Museo Manoblanca. Tabaré 1371. Barrio Nueva Pompeya.
- Sociedad Argentina de Autores y Compositores. Lavalle 1547.
- Sala Museo Carlos Gardel (Casa del Teatro). Avenida Santa Fe 1243. Barrio Retiro.
- Paseo del Tango (Feria y Show). Carlos Gardel entre Anchorena y Jean Jaures. Barrio Balvanera.

El *Museo Mundial del Tango* fue inaugurado el 22 de diciembre de 2003. Ofrece un recorrido por la historia del tango a través de paneles, vitrinas y documentales. Posee con gigantografías, objetos personales y vitrinas para poetas, cantores, músicos y bailarines. En el museo se presentan de orquestas de jóvenes, exposición de artistas vinculados al tango y otras diversas actividades.

Los visitantes a la Ciudad de Buenos Aires atraídos por el tango, generalmente tienen una estancia superior a los 5 días (o sea, superior a la media, como se verá más adelante), y la mayoría proviene de Estados Unidos, Australia y Europa. Los turistas provenientes de países limítrofes conocen esta expresión cultural, por lo que se comprende que no se sientan tan atraídos por ella (desde el punto de vista *turístico*, de la *motivación* para realizar un viaje).

**Tabla 23:** Lugar de residencia de los turistas que vienen motivados por el Tango.

Ciudad de Buenos Aires. Año 2009.

LUGAR DE RESIDENCIA	%
EEUU / Canadá	28
Australia	11
Brasil	7
Alemania	7
Italia	7
Japón	6
Chile	5
Resto del Mundo	5
Países escandinavos	5
Resto de Europa	4

Fuente: Área de estudios de Mercado y Estadísticas Turísticas. Ente de Turismo. G.C.B.A.



## **Centros comerciales, recreativos y temáticos**

### **Las compras como atractivo**

Facilitado por la depreciación del peso, tras la salida de la llamada “Convertibilidad” a comienzos del año 2002, Buenos Aires se convirtió en una ciudad de precios bajos en alojamiento, gastronomía, transporte, y para las *compras*, otro atractivo para el turista, que encuentra una oferta amplia de artículos y establecimientos.

Buenos Aires cuenta con una producción de bienes de consumo diferenciado en diseño. Se ha desarrollado y extendido el diseño de autor. Es decir productos desarrollados por un diseñador que comercializa sus productos con su propia marca o de terceros. Los rubros principales que se orientan hacia esta modalidad son los de indumentaria, calzados, accesorios, marroquinerías, objetos del hogar, mobiliario, iluminación, etc. Además el diseño ha extendido en grandes cadenas comerciales, comercios gastronómicos, y el de la hotelería temática.

La característica del diseño porteño es que en esta etapa es un diseño de pequeños objetos que se ubica en un punto intermedio entre la producción industrial y artesanal. En el año 2005, Buenos Aires fue declarada por la UNESCO como Ciudad del Diseño, dentro del programa Red de Ciudades Creativas de la Alianza Global para la Diversidad Cultural. En relación al diseño, el G.C.B.A impulsa tres circuitos, en los barrios de Palermo, Recoleta, y San Telmo. En Palermo, con tiendas de indumentaria, y donde se presenta la mayor concentración de locales de muebles y objetos de diseño. En la Recoleta, con muchos locales de ropa y accesorios. En este mismo barrio, en el año 1993 se inauguró el *shopping center* Buenos Aires Design (dedicado en su totalidad al diseño, construcción, equipamiento y decoración). El barrio de San Telmo es uno de los polos más recientes del diseño de moda, de muebles y objetos.

Los recorridos de compras pueden ser a *shoppings* (“centros comerciales”), ferias y zonas comerciales a cielo abierto. Los *shoppings* ofrecen, además de negocios, patios de comida y salas de cine y entretenimientos. Las ferias, en las que los artesanos exponen y venden sus trabajos, se ubican en diferentes parques y plazas de la ciudad y funcionan los días sábados, domingos y feriados.

Los *shopping centers* hicieron su aparición en Buenos Aires recién a mediados de los ´80, tres décadas más tarde que en su país de origen pero mediante una expansión muy acelerada. ... *Desde una mirada social, los shopping centers han inaugurado la era de la compra como actividad lúdica, como espectáculo, y desde un punto de vista territorial, constituye un objeto urbano complejo y un efectivo detonador de fuertes centralidades, consolidando las existentes o generándolas sobre aquellas áreas en donde no la había. Las localizaciones centrales han producido, por un lado,*

*intervenciones que buscaban reacondicionar y valorizar los viejos edificios, evocando reminiscencias tradicionales, y por otro, el apuntalamiento de ciertas cualidades de centralidad que reforzaran la dinámica del sector* (Tella G, De la Fuente, F., Dietrich, P., Blanco M., María González M., 2000).<sup>11</sup>

En los años 90 tiene lugar la apertura de los grandes *shopping* en la ciudad de Buenos Aires: Alto Palermo, Galerías Pacífico y Plaza Liniers Shopping Center (1990), Devoto Shopping (2001), Paseo Alcorta y Parque Brown Factory Outlet (1992), Caballito Shopping Center (1993), Buenos Aires Design (1994), Solar de la Abadía (1995), Portal Palermo (1996), Shopping Patio Bullrich (1998), Village Recoleta y el Shopping Mercado del Abasto (1999) (Cámara Argentina de Shopping Center).

Estos nuevos centros comerciales han configurado un espacio nuevo en la ciudad. Posiblemente el más transformador ha sido el *shopping* del mercado del Abasto, porque transformó todo un sector. Fue la alianza entre el *shopping* y la figura de Carlos Gardel, la que hizo de este lugar del abasto un circuito turístico.

En los centros comerciales también se encuentra presente el valor patrimonial de los edificios asociado como un valor añadido. En este caso la refacción, la utilización del edificio con valor patrimonial que cambia su función, se refacciona y se acondiciona.

Así **El Solar de la Abadía**, es un reciclaje de una antigua fábrica. Por otra parte, **Galerías Pacífico**, fue proyectada en 1889 y estaba dirigida a albergar un conjunto de tiendas semejantes a los existentes en Francia o Italia. En el año 1908, el edificio fue adquirido por el Ferrocarril de Buenos Aires y destinado al funcionamiento de sus oficinas. En el año 1946 se transformó en galería comercial. Se techaron las áreas de circulación con bóvedas de cañón corrido que convergen en una gran cúpula central de 450 metros cuadrados. Esta cúpula está cubierta desde 1946 por murales de artistas plásticos.

Luego de una restauración del edificio, se inauguró en 1992, como Centro Comercial y Cultural. Fue declarado Monumento Histórico Nacional. El **Patio Bullrich** es un antiguo edificio construido a comienzos del siglo XIX. En su inicio fue casa de remate de toda clase de objetos de colección. **El Abasto Shopping**, fue un mercado de frutas y verduras.

Los grandes centros comerciales tienen servicios especiales para turistas como el traslado gratuito para turistas del hotel al *shopping* que ofrecen Abasto Shopping, Alto Palermo, el Solar de la Abadía, y Patio Bullrich.

---

<sup>11</sup> Ponencia presentada en el 2º encuentro Humboldt en la Ciudad de Mar del Plata.

Se edita el mapa turístico “Buenos Aires, ciudad de Compras” auspiciado por el Ente de Turismo de la Ciudad de Buenos Aires. Asimismo en *Abasto Shopping* funciona uno de los centros de información turística del G.C.B.A.

A continuación se listan los Centros de Compras/Shopping, zonas comerciales a cielo abierto, y ferias.

### **Centros de Compras/Shopping<sup>12</sup>**

#### **Barrio: Balvanera**

- Abasto Shopping. Avenida Corrientes 3247.

#### **Barrio: Belgrano**

- Solar de la Abadía Shopping. Avenida Luis María Campos 900.
- Spinetto Shopping Center. Moreno 2301.

#### **Barrio: Caballito**

- Caballito Shopping Center. Avenida Rivadavia 5108.

#### **Barrio: Liniers**

- Plaza Liniers Shopping Center. Ramón L. Falcón 7115.

#### **Villa Lugano**

- Parque Brown Shopping. Avenida General Francisco Fernández de la Cruz 4600.

#### **Barrio: Palermo**

- Alto Palermo Shopping. Arenales 3360.
- Paseo Alcorta Shopping. Jerónimo Salguero 3172.
- Easy Home Center Shopping. Avenida Bullrich 345.
- Jumbo Palermo Centro Comercial. Avenida Bullrich y Cerviño

#### **Barrio: Recoleta**

- Buenos Aires Design Shopping. Avenida Pueyrredón 2501.
- Village Recoleta Shopping. Vicente López 2050.

#### **Barrio: Retiro**

- Galerías Pacifico Shopping. Avenida Córdoba y Florida.
- Patio Bullrich Shopping. Avenida Del Libertador 750.

#### **Barrio: San Nicolás**

- Paseo La Plaza Shopping. Avenida Corrientes 1660.

---

<sup>12</sup> Para la elaboración de la lista de los Centros de compras se utilizaron las siguientes fuentes: Guía de Compras: [www.Bue.gob.ar](http://www.Bue.gob.ar); Cámara Argentina de Shopping Center: [www.casc.org.ar](http://www.casc.org.ar).

**Barrio: Villa Devoto**

- Devoto Shopping. José Pedro Varela 4866.

**Barrio: Villa del Parque**

- Del Parque Shopping. Nazarre 3175.

**Zona comercial a cielo abierto****Barrio: Flores**

- Muebles Flores. Avenida Rivadavia desde Avenida Nazca hasta San Nicolás.
- Moda Económica Flores. Avellaneda entre Concordia y Terrada.

**Barrio: Balvanera**

- Muebles Balvanera. Avenida Belgrano entre Avenida Jujuy y Avenida Entre Ríos.
- Alhajas y Electrónica Once. Avenida Rivadavia, Pueyrredón, Tucumán y Avenida Callao.
- Moda Económica Once. Entre Avenida Rivadavia, Pueyrredón, Tucumán y Avenida Callao.

**Barrio: Colegiales**

- Antigüedades Colegiales. Thomas y Avenida Dorrego.

**Barrio: La Boca**

- Artículos Regionales La Boca. Caminito y Garibaldi.

**Barrio: Belgrano**

- **Barrio Chino.** Calle Arribeños entre Olazábal y Juramento.
- Moda Belgrano. Avenida Cabildo desde Virrey del Pino hasta Plaza San Martín.

**Barrio: Chacarita**

- Camperas y Abrigos Chacarita. Avenida Forest 400/500.

**Barrio: Montserrat**

- Artesanías. Paseo de los Artesanos. Avenida de Mayo 649.
- Artículos Regionales Montserrat. Avenida de Mayo (Paseo de los Artesanos).
- Libros y Discos Montserrat. Avenida de Mayo desde Bolívar hasta Uruguay.

**Barrio: Recoleta**

- Moda Recoleta y Retiro. Avenida Santa Fe, Pueyrredón hasta Avenida 9 de Julio.
- Joyas y Relojes Recoleta. Avenida Alvear en toda su extensión.
- Galerías Santa Fe. Avenida Santa Fe 1660 y Marcelo T. de Alvear 1649.

- Alta Costura Recoleta. Avenida Alvear en toda su extensión.

#### **Barrio: Retiro**

- Moda Retiro. Calle Florida entre Rivadavia y Santa Fe.
- Artículos de Piel y Cueros Retiro. Paraguay y Leandro N. Alem.
- Artículos Regionales Retiro. Calles Viamonte, Suipacha, M. T. de Alvear y Leandro N. Alem.
- Joyas y Relojes Retiro. Plaza San Martín y alrededores.
- Libros y Discos Retiro. Calle Florida, desde Avenida de Mayo hasta Plaza San Martín.

#### **Barrio: San Cristóbal**

- Bazar San Cristóbal. Avenida Jujuy y Avenida San Juan (alrededores).

#### **Barrio: San Nicolás**

- Alhajas y Electrónica San Nicolás. Calle Libertad desde Avenida Rivadavia hasta Lavalle.
- Artículos de Piel y Cueros Zona Centro. Calle Florida desde Avenida de Mayo hasta Plaza San Martín.
- Libros y Discos San Nicolás. Avenida Corrientes, desde Cerrito hasta Avenida Callao.

#### **Barrio: San Telmo**

- Antigüedades San Telmo. Defensa desde Independencia hasta Avenida San Juan.
- Diseño San Telmo. Entre Balcarce, Humberto 1º, Perú y Avenida Belgrano.
- Mercado de San Telmo. Estados Unidos, Defensa, Carlos Calvo y Bolívar.

#### **Barrio: Palermo**

- Diseño Palermo. Entre Cabrera, Humbolddt, Dorrego y El Salvador.
- Diseño Serrano. Entre Malabia, Costa Rica, Serrano y Gorriti.
- Moda Palermo. Entre Malabia, Costa Rica, Serrano, Gorriti.
- Moda Económica Palermo. Avenida Córdoba entre Lavalleja y Serrano.

#### **Barrio: Puerto Madero**

- Paseo El Retiro. Calaría entre Dellepiane y Rosario Vera Peñalosa.

#### **Barrio: Villa Crespo**

- Artículos de Piel y Cueros Villa Crespo. Murillo entre Gurruchaga y Avenida Scalabrini Ortiz.

## **Ferias y Mercados**

### **Barrio de Belgrano**

- Feria Plaza M. Belgrano. Juramento y Vuelta de Obligado.

### **Barrio: Caballito**

- Parque Rivadavia. Avenida Rivadavia al 4800.
- Feria del Parque Rivadavia. Avenida Rivadavia y Beauchef.

### **Barrio: Parque Centenario**

- Parque Centenario-Paseo de los Artesanos. Avenida Díaz Vélez y Leopoldo Marechal.

### **Barrio Colegiales**

- Mercado de Pulgas. Entre las calles: Conde, Dorrego, E. Martínez y C. Arenal.

### **Barrio: La Boca**

- Feria del Pasaje Caminito. Pasaje Caminito.
- Feria Vuelta de Rocha Avenida Pedro de Mendoza y Palos.

### **Barrio: Mataderos**

- Feria de Mataderos. Avenida de los Corrales 6500.

### **Barrio: Montserrat**

- Feria Congreso. Plaza Congreso sobre Hipólito Irigoyen.
- Feria del Mercado de las Luces. Perú 294.

### **Barrio: Palermo**

- Feria Plaza Italia. Avenida Santa Fe y Uriarte.
- Ferias de diseño El Dorrego. Avenida Dorrego y Zapiola.
- Paseo Darwin. Darwin entre Honduras y Gorriti.
- Plaza Dr. B. Houssay. Avenida Córdoba y Junín.

### **Barrio: Parque Patricios**

- Parque Patricios. Avenida Caseros y Monteagudo.

### **Barrio: Puerto Madero**

- Feria de emprendedores Costanera Sur. Entrada de la Reserva Ecológica.

### **Barrio: Recoleta**

- Feria Intendente Alvear. Avenida del Libertador y Pueyrredón.
- Feria Plaza Houssay. Avenida Córdoba y Junín.
- Plaza Francia. Avenida Pueyrredón y Avenida del Libertador.

### **Barrio Retiro**

- Paseo del Retiro. Avenida de los Inmigrantes entre Antártida Argentina y Ramón Castillo.

**Barrio: San Nicolás**

- Feria de las Artes. Defensa y Alsina (Plazoleta San Francisco).
- Feria de Plaza Lavalle. Lavalle y Libertad.
- Feria de Plazoleta Tango, Sarmiento, Bouchard, Avenida Corrientes y Avenida Rosales.
- Feria del Convento Grande de San Ramón Nonato. Reconquista 269.
- Feria Patio del Cabildo. Bolívar 65.

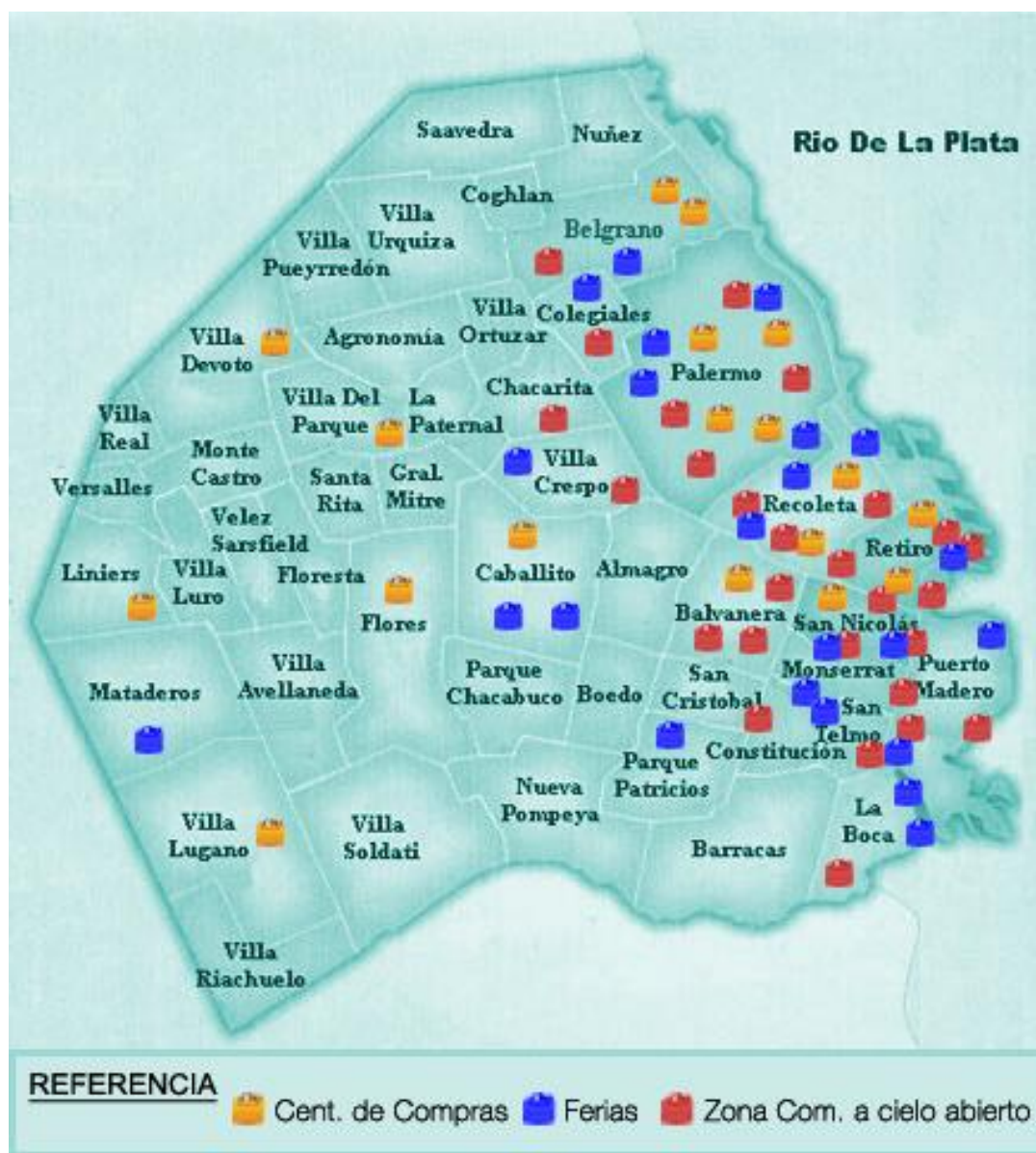
**San Telmo**

- Feria de San Pedro Telmo de Antigüedades. Humberto 1° y Defensa (Plaza Dorrego).
- Feria Parque Lezama. Avenida Brasil y Defensa.

**Barrio: Villa Crespo**

- Feria Parque Centenario. Avenida Díaz Vélez y Campichuelo.

**Mapa 5:** Distribución geográfica de centros de compras. Zona Comercial a cielo abierto y Ferias. Ciudad de Buenos Aires. Año 2009.



Fuente: Elaboración propia partir de datos de la Guía de Compras: [www.Bue.gob.ar](http://www.Bue.gob.ar); Cámara Argentina de Shopping Center: [www.casc.org.ar](http://www.casc.org.ar)



## Parques temáticos

### **Parque temático cultural Tierra Santa**

Dentro de la oferta cultural, se debe mencionar el parque temático cultural e Histórico de la Ciudad de Buenos Aires **Tierra Santa**, parque temático de la religiosidad, instalado en un predio de siete hectáreas en el Parque Norte, y cuyo objetivo es que los visitantes vivencien el ambiente de la antigua Jerusalén mediante un recorrido por la vida y la obra de Jesús. La ambientación sigue los escenarios del Evangelio, y se han recreado las costumbres, la indumentaria, los aromas y los sonidos. El recorrido comienza en una gruta en la que se presenta una reproducción de la creación del universo: un espectáculo que narra las distintas etapas del nacimiento del mundo mediante imágenes, efectos especiales, sonidos, palabras y personajes animados, hasta que atravesando los pasajes principales del Antiguo Testamento, se llega al nacimiento del Mesías en Belén. A la salida de la gruta se encuentra Jerusalén en escala real. Se reproducen sesenta calles con casas de distintos estilos (helénico, romano, judío, egipcio y babilónico) y se pueden apreciar los pasajes más importantes de la historia evangélica.

Entre las principales atracciones del Parque se cuentan:

- **la Cúpula de los Milagros**, espacio dedicado a la reflexión,
- **el Monasterio de los Franciscanos** donde se reviven las costumbres de los custodios espirituales de Tierra Santa,
- **la Última Cena**, sitio donde los visitantes comparten la mesa de Jesús,
- el **Muro de los Lamentos**, réplica del original,
- la **Mezquita**, en la cual se puede leer el Corán en una versión traducida al castellano; la **Condena de Poncio Pilatos** en el Templo,
- un **Vía Crucis** de 300 metros, la **Crucifixión** y la **Resurrección**, interpretado por una figura de Jesús, de 18 metros de altura.

Además el Parque ofrece la *gruta de las vírgenes y los santos*, el museo de la religiosidad, un oratorio, plaza central, paseo de los artesanos, la *calle ecuménica* donde se encuentra un templo, una mezquita y una sinagoga; el sitio homenaje a Juan Pablo II, al Mahatma Gandhi, y a la Madre Teresa de Calcuta. También se desarrolla un programa de musical, con bailarines en escena. Cuenta además con una oferta gastronómica, en restaurantes que tienen nombres tematizados (*Las Puertas de Damasco, Betlem, El Arca de Noé y Bagdad*), en los que se ofrecen platos típicos de las cocinas árabe y armenia.

## Acontecimientos programados

### **Festivales y eventos artísticos<sup>13</sup>**

Algunos de los eventos anuales programados son los siguientes:

- **Festival Internacional de Cine Independiente:** se realiza en distintas salas de la ciudad,
- **Festival Buenos Aires Tango:** una semana de conciertos, *workshops* y clases de baile, que continúa con el Campeonato Mundial de Baile de Tango,
- **Festival Internacional del Teatro:** decenas de compañías estrenan espectáculos preparados especialmente para el festival,
- **Festival Internacional de Jazz:** Participan artistas locales y extranjeros;
- **Festival Internacional de Diseño:** reúne especialistas en arquitectura, diseño gráfico y comunicación, diseño multimedia, de productos textiles, indumentaria y accesorios, etc.,
- **La Noche de los Museos,** antes mencionada;
- **Festival de Guitarras del Mundo:** con la presencia de guitarristas nacionales y extranjeros,
- **Creamfields:** edición local del festival de música electrónica,
- **Quilmes Rock:** festival de rock,
- **Pepsi Music:** festival de grupos del rock nacionales y extranjeros,
- **Festival Buenos Aires Danza Contemporánea:** reúne a bailarines y coreógrafos argentinos que presentan sus producciones. Hay también jornadas y seminarios y artistas extranjeros invitados,
- **La Gran Vía de Mayo:** visitas guiadas, espectáculos musicales, de teatro y danza en la *Avenida de Mayo*,
- **Expo Mat:** conferencias de matemáticos, espectáculos y exposiciones,
- **Ciudad Emergente:** festival anual de rock y pop,
- **Mi Buenos Aires Querible:** juegos, visitas guiadas, espectáculos y otras actividades, organizadas por el Gobierno de la Ciudad, para conocer el patrimonio Histórico y cultural de sus 48 barrios,
- **BAFIM** (Feria Internacional de Música de Buenos Aires): conferencias, clínicas, encuentros, shows y debates sobre Música.

---

<sup>13</sup> Para la elaboración de la lista del festival se utilizó la siguiente fuente: Guía de festivales de Buenos Aires. G.C.B.A. [www.festivales.gov.ar](http://www.festivales.gov.ar)

## Deportes

La Ciudad de Buenos Aires ofrece actividades deportivas de una enorme cantidad de disciplinas: equitación, polo, tenis, rugby, etc., cada una de las que tiene una clientela de turistas que se desplaza para asistir a los respectivos eventos. Anualmente se realiza el Abierto de Argentina de tenis (del ATP Tour), y el Abierto Argentino de Polo, considerado el más importante en el mundo en la especialidad.

No obstante esa variedad, es el *fútbol* el que tiene mayor impacto en la actividad turística, por la magnitud del número de turistas que se moviliza. El fútbol es fenómeno urbano, nacido en los barrios (*Boca Juniors* en el **Barrio de La Boca**, *River Plate* en el de Núñez). La Ciudad de Buenos Aires ofrece al turista la mayoría de los clubes de primera categoría de la República Argentina, varios de los cuales tienen fama en el exterior. Por ejemplo, Boca Juniors, el club argentino más conocido en el mundo. Y en Buenos Aires nació y vive Diego Armando Maradona, un personaje reconocido como *mito viviente*, tan conocido como Evita (o aún más).

Los eventos deportivos, por ejemplo, el fútbol, reportan beneficios significativos a la ciudad (actividad económica, imagen mundial, infraestructuras, etc.), introducen elementos de innovación que se expresan por el crecimiento del turismo en las ciudades.

La oferta de fútbol (visita a los estadios y museos, asistencia a partidos, etc.) influye en la decisión de viaje por parte del turista, ya sea para definir el destino (al representar un atractivo más), o para prolongar uno o dos días más la estancia en el destino ya elegido.

El interés mutuo entre el fútbol y el turismo en Buenos Aires se puede ver en una serie de hechos prácticos: los mapas turísticos marcan a los estadios de fútbol como un atractivo más, con la misma jerarquía que un museo o una catedral; los *city tours* los incluyen en su recorrido, etc.

Las empresas operadoras turísticas han sabido ver este potencial de negocios, e incluyen al fútbol como un atractivo que ofrecen a sus clientes, e incorporan la visita a las sedes, estadios y museos de los clubes de fútbol en sus *city tours*, recibiendo un tratamiento igual a un museo de arte. Ofrecen viajes organizados para turistas extranjeros (traslados, alojamiento, comidas, entradas) para concurrir a cierto partidos de fútbol “míticos” (por ejemplo, al “súper-clásico” *Boca Juniors-River Plate*) Desde algunas localidades del interior del país se realizan viajes *chárter* (básicamente en bus) a lo largo del campeonato nacional argentino o la Copa Libertadores de América.

Las motivaciones turísticas encuentran su correlato en el mundo institucional del fútbol: algunos clubes han realizado innovaciones para interesar *turistas* (y ya no solo *aficionados*), que incluyen la apertura de sus estadios para visitas, museos, tienda de *souvenir*, asistencia a sesiones de entrenamiento, charlas con jugadores, etc.

Además, han facilitado el acceso de los turistas al estadio, disminuyendo o eliminando la *incertidumbre* que conlleva concurrir a un encuentro de fútbol, si no se conoce el lugar (como es el caso de los turistas): *incertidumbres* para la compra de las entradas, acceso al estadio, comodidades y servicios, salidas, seguridad, etc. Los clubes también ofrecen *tours* especiales, que incluyen el *transfer* desde el hotel, guía permanente, ubicación preferente y seguridad garantizada, complementándose con recorridos en el interior de los estadios, y visita a sus museos (en general Interactivos, y con tecnologías que den libertad de movimientos al turista, para moverse “a su aire”).

Por ejemplo, el Museo de Boca Juniors ofrece la visita al Geoestadio, una esfera de 12 metros de diámetro con capacidad para 40 personas donde se puede ver en una pantalla de 360 grados lo que ve un jugador del equipo al ingresar a la cancha. Asimismo posee ordenadores para acceder a la base de datos de las estadísticas de la historia de Boca, monitores donde se pueden ver los goles más famosos, etc.

### **Reuniones, ferias y exposiciones**

La ciudad cuenta con 3 predios feriales con una superficie total de exhibición superior a los 100.000 m<sup>2</sup> y todos los servicios técnicos complementarios de última generación. Además, ofrece varios complejos para congresos y exposiciones paralelas, con salones con capacidades de hasta 1.500 personas cada uno en una misma sala.

Por otro lado, la red de hoteles de 4 y 5 estrellas, de categoría internacional, cuenta con 305 salones con capacidades de hasta 2.400 personas, a esta oferta se suman los salones en hoteles de 3 estrellas y ámbitos especiales en museos, tanguerías, teatros, clubes y locales no convencionales.

Las reuniones (ferias y exposiciones) ubican a la Ciudad de Buenos Aires como líder en la realización de eventos a nivel nacional. En relación al turismo se realiza la Feria de Turismo Internacional (FIT), la más importante de América Latina. En un solo lugar, confluyen proveedores, vendedores, compradores, profesionales y consumidores directos. Es una Feria con un marcado perfil profesional destinada a convocar empresarios de todo el MERCOSUR.

En la Tabla 24, se aprecia la evolución en la cantidad de asistentes desde el año 2001 al 2008 (*adviértase* la drástica caída del año 2002, en plena crisis económica, política y social).

El gasto total efectuado por los turistas extranjeros y del interior del país asistentes a las reuniones, durante 2008, fue de 239.992.019 pesos (unos 80 millones de dólares)

Los turistas internacionales de reuniones tienen su origen en países vecinos (40%), resto de América (30,5%), Europa (13%), y EEUU/Canadá (11,5%).

Los turistas nacionales tienen su origen en las siguientes regiones: Centro 58%, Cuyo 12,4%, Noroeste 12,3%, Noreste 11,3 %, Patagonia 6%.

El gasto promedio en dólares es de 257 para el turista extranjero y 97,7 para el turista nacional.

**Tabla 24:** Cantidad de asistentes a reuniones.

Ciudad de Buenos Aires. Años 2000-2008.

AÑO	ASISTENTES
2001	236.454
2002	180.371
2003	223.206
2004	276.577
2005	271.852
2006	290.000
2007	300.000
2008	309.000

*Fuente: Editorial Ferias & Congresos y elaboración propia.*

### **5.1.2 Oferta secundaria lo que hace posible el viaje**

La *oferta turística secundaria* es la que hace posible el viaje, y la integran las facilidades para el traslado y la estancia en el destino, que se clasifican en **infraestructura** y **planta turística**. Se entiende por **infraestructura** al conjunto de los bienes y servicios con lo que cuenta un país para sostener sus estructuras sociales y productivas. *Por ejemplo*, la red vial. Se denomina **planta turística** a los servicios que requieren los turistas para satisfacer sus necesidades básicas. *Por ejemplo*, el alojamiento y restauración.

## ***Infraestructura***

Siendo, como ya se definió, los bienes y servicios con lo que cuenta un país para sostener sus estructuras sociales y productivas, en el caso del turismo, la infraestructura está integrada por:

- la red de transportes (vial, ferroviaria, portuaria y aeroportuaria),
- los servicios sanitarios (agua, desagües, disposición de excretas, servicios médico-hospitalarios),
- la energía,
- las comunicaciones,
- los servicios educativos, religiosos y de seguridad.

Dada la importancia que tiene para el turismo, y su compleja y variada oferta en Buenos Aires, se mencionarán a continuación algunas características de la oferta de **infraestructura de transportes** en esta ciudad.

### **Infraestructura de transportes**

#### **Aeropuertos**

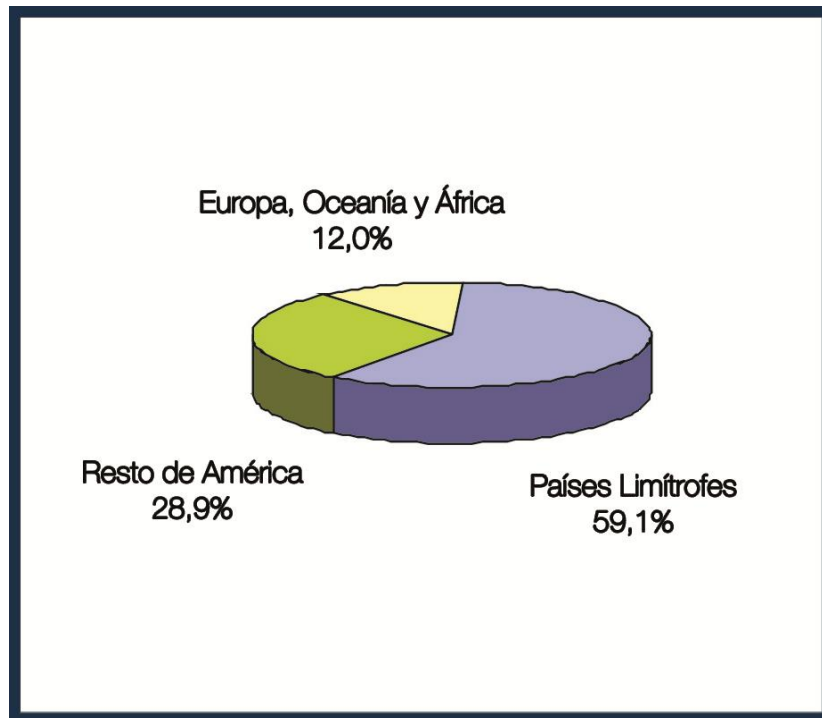
La ciudad Buenos Aires y la Región Metropolitana cuentan, en la actualidad, con los dos aeropuertos de aviación comercial más importantes del país, por número de vuelos y de pasajeros que atienden:

- el Aeropuerto Internacional de Ezeiza, Ministro Pistarini,
- y el Aeroparque Metropolitano, Jorge Newbery.

Además, cuenta con dos aeropuertos de aeronavegación privada, uno de uso institucional, cinco de uso militar, y algo más de veinte aeroclubes para uso deportivo.

El **Aeropuerto Internacional de Ezeiza**, es la terminal aérea internacional por excelencia de la República Argentina, y concentra el 85% del tráfico internacional del país. Durante el año 2009 llegaron al aeropuerto de Ezeiza un total de 29.748 vuelos de pasajeros en líneas regulares. Los países limítrofes concentran el 59,1% del total de los vuelos llegados, seguido de resto de América (28,9%) y Europa, Oceanía y África (12,0%) de los mismos (gráfico 6).

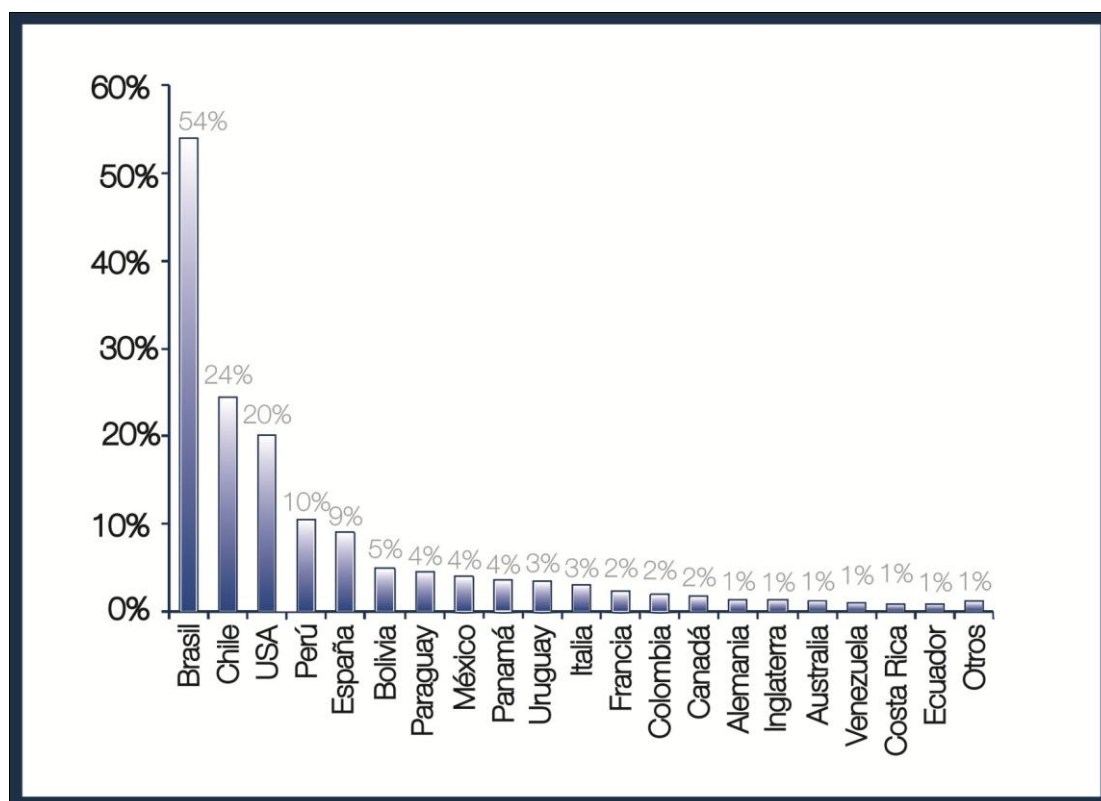
**Gráfico 6:** Distribución anual de los vuelos llegados al Aeropuerto Internacional de Ezeiza, según región de origen. Ciudad de Buenos Aires. Año 2009.



*Fuente: AA2000. Elaboración: Área de estudios de Mercado y Estadísticas Turísticas. Ente de Turismo. G.C.B.A.*

La distribución por países es muy clara (gráfico 7), y muestra que desde Brasil arriban el 54% de los vuelos, y que el resto de los cinco primeros países se integran con Chile, E.E.U.U., Perú y España. Las ciudades más importantes en cuanto a la emisión de vuelos hacia Buenos Aires (Aeropuerto de Ezeiza), fueron las siguientes durante el 2009: San Pablo (4039 vuelos), Santiago de Chile (3811 vuelos), Río de Janeiro (2093), Lima (1632) y Miami (1473).

**Gráfico 7:** Distribución de los vuelos llegados al Aeropuerto Internacional de Ezeiza, según país de origen. Ciudad de Buenos Aires. Año 2009.



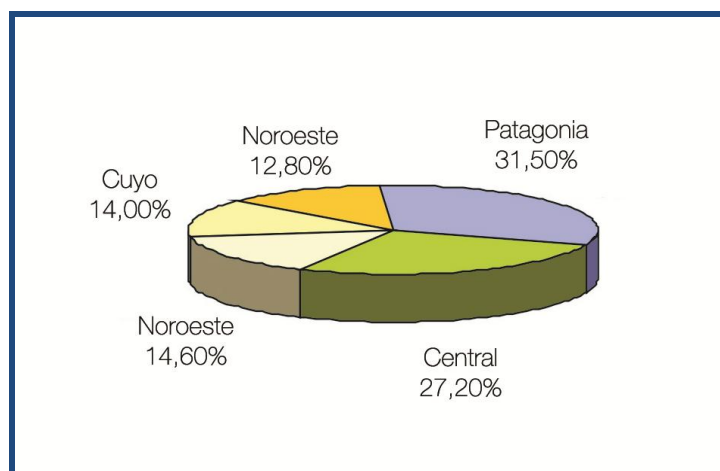
Fuente: AA2000. Elaboración: Área de estudios de Mercado y Estadísticas Turísticas.

Ente de Turismo. G.C.B.A.

El **Aeroparque Jorge Newbery** se orienta al cabotaje (vuelos internos, *domésticos*), pero también oficia de aeropuerto internacional, en particular para los vuelos a Uruguay. Es el aeropuerto con mayor tráfico del país, y uno de los mayores de Sudamérica: más de 350 vuelos diarios hacia las principales ciudades del país y el Uruguay. Durante el año 2009 llegaron 26.800 vuelos provenientes del interior del país. La región Patagónica concentró la mayor cantidad de vuelos hacia la Ciudad (31,5%), seguido de la región Central (27,2%) y Noroeste (14,6%).



**Gráfico 8:** Distribución de los vuelos llegados al Aeroparque Jorge Newbery, según región de origen. Ciudad de Buenos Aires. Año 2009.



Fuente: AA2000. Elaboración: Área de estudios de Mercado y Estadísticas Turísticas. Ente de Turismo. G.C.B.A.

Nota:

Centro: provincias de Buenos Aires, Córdoba, Santa Fe.

Patagonia: provincias de La Pampa, Neuquén, Río Negro, Chubut. Santa Cruz, Tierra del Fuego.

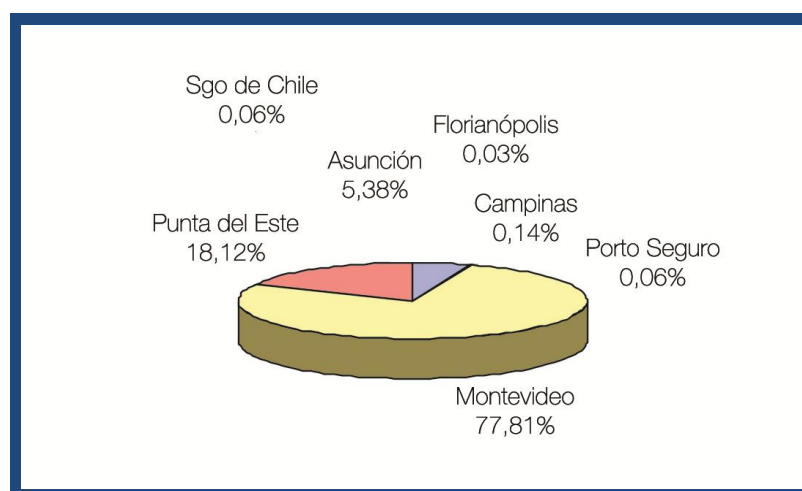
Noroeste: provincias de Salta, Jujuy, Tucumán, Catamarca y Santiago del Estero.

Noreste: provincias de Misiones, Formosa, Chaco, Corrientes, Entre Ríos.

Cuyo: provincias de Mendoza, San Luis, San Juan y La Rioja

Durante el año 2009 llegaron al Aeroparque J. Newbery 4.953 vuelos internacionales. La mayor cantidad de vuelos provenían de la ciudad de Montevideo (77,81%), Punta del Este (18,12%), y Asunción del Paraguay (3,80%).

**Gráfico 9:** Distribución de los vuelos internacionales llegados al Aeroparque J. Newbery, según ciudad de origen. Ciudad de Buenos Aires. Año 2009



Fuente: AA2000. Elaboración: Área de estudios de Mercado y Estadísticas Turísticas.

## Transporte Terrestre

Para los desplazamientos dentro de la ciudad, Buenos Aires cuenta con una infraestructura de transporte terrestre de gran importancia, conformada por redes viales y ferroviarias que, en su gran mayoría, convergen hacia el centro de la ciudad: siete líneas de ferrocarril de superficie, seis líneas de trenes subterráneos ("el subte", o *metro*), un pre-*metro* de tecnología tranviaria.

El **sistema de subterráneos**, tiene una extensión total de 44,70 Km., más el pre-metro de 7,4 Km. Y cuenta con 74 estaciones.

El **transporte automotor** está compuesto por 136 líneas de ómnibus, con casi 9.000 vehículos en circulación de antigüedad media del parque es de 8,9 años, en al año 2009 (según datos de la Comisión Nacional de Regulación del Transporte).

En las últimas décadas se han construido *autopistas* de acceso a la ciudad, lo que ha masificado el uso del automóvil (un problema en una ciudad de tránsito sobresaturado), además de los consecuentes procesos de suburbanización.

En relación al transporte terrestre interurbano, Buenos Aires cuenta con una *Estación Terminal de Ómnibus* ubicada en el barrio de Retiro, desde la que se vincula con todas las provincias argentinas (excepto la de Tierra del Fuego por su condición de insular) y los países limítrofes.

También en el territorio de la ciudad, en el barrio de Liniers, hay una estación que funciona como Parada de Ómnibus de Larga Distancia, en la que originariamente operaron los servicios que tenían como origen o destino de sus viajes la zona oeste del país, pero que en la actualidad se han extendido a todo el país y también a países limítrofes.

Durante el año 2009 llegaron a la Terminal de Ómnibus de Retiro un total de 329.504 servicios, de los que el 94,9% fue de servicios nacionales, y el resto, internacionales.

**Tabla 25:** Distribución de los servicios llegados.

Terminal de Ómnibus de Retiro. Ciudad de Buenos Aires. Año 2009.

ARRIBOS	FRECUENCIAS	%
Nacionales	312.587	94,4
Internacionales	16.917	5,1

Fuente: TEBA SA. Elaboración: Área de Estudios de Mercado y Estadísticas Turísticas. Ente de Turismo. G.C.B.A.

Los servicios internacionales provienen de Brasil, Uruguay, Paraguay, Chile, Bolivia y Perú.

Desde varias **estaciones ferroviarias** localizadas en diferentes zonas de la ciudad, parten servicios de transporte de pasajeros con destino al interior del país y a países limítrofes.

### **Terminal Marítima Benito Quinquela Martín**

La terminal marítima de pasajeros, que fue inaugurada en el año 2000, se localiza en la Terminal 3 en la Dársena C del Puerto de Buenos Aires, y significa una solución *provisional* (en espera de la construcción de la terminal definitiva), para el problema de la gestión de un flujo de turistas de cruceros en Buenos Aires que entre 1997 y 2001 recibió 250.000 pasajeros (en 241 cruceros).

La nueva terminal tendrá capacidad para 200.000 pasajeros. Con 42.000 metros cuadrados y capacidad para recibir tres cruceros simultáneamente. La obra contará con varios atractivos turísticos, entre ellos un gran acuario y un faro, que daría la bienvenida a la ciudad a los barcos que aquí amarren (Atlas ambiental de Buenos Aires). Durante la temporada de cruceros 2008-2009, llegaron a Buenos Aires 108.619 turistas en 27 barcos (datos de las terminales portuarias), con un ingreso directo de 25 millones de dólares (estimación del Ente de Turismo de Buenos Aires).

El promedio de estancia de los cruceros es de aproximadamente 1 día, pero los turistas de cruceros son personas de alto poder adquisitivo, que en estancias cortas realizan grandes gastos.

Desde hace algunos años América del Sur verifica un importante incremento en la cantidad de barcos recibidos durante la temporada de verano. Los circuitos preferidos de la región comprenden, entre otros las ciudades de Buenos Aires, Punta del Este, Montevideo, Río de Janeiro, Ushuaia, Puerto Montt y Valparaíso. En este circuito regional, las características de la Ciudad de Buenos Aires la posicionan cada vez mejor, dadas las nuevas tendencias de combinar el circuito en crucero con propuestas pre-cruceros y post-cruceros, en los que se incluye pernoctar en la ciudad de embarco o desembarco. Además, está comenzando la tendencia a la tematización de los cruceros, que se ocupan de segmentos de público específicos. Por ejemplo, partió de Buenos Aires el primer crucero *gay* que recorrió Sudamérica y convocó a turistas de diferentes lugares del mundo (Australia, Europa, Estados Unidos que llegaron en avión, para incorporarse al crucero).

## **Estación Fluvial**

La terminal fluvial de Dársena Norte se encuentra en el barrio de Puerto Madero, y en sus 17.390 m<sup>2</sup> de superficie tienen asiento las empresas Buquebus y Ferry Líneas, que operan varias frecuencias diarias de servicios regulares hacia los puertos de Colonia, Montevideo y Piriápolis, todos en la República Oriental del Uruguay. El transporte fluvial se combina con transbordos en ómnibus para realizar trayectos terrestres en la zona costera de Uruguay. Se transportan pasajeros y vehículos, por vacaciones cuanto por viajes de negocios, y el movimiento anual promedio es de unos 580.000 pasajeros. (Atlas ambiental de Buenos Aires).

## **Transportes turísticos**

La Ciudad de Buenos Aires posee un *tren turístico*, y desde el año 2009, un *bus turístico*. Además, servicios permanentes de transporte turístico se realizan en *combis*, *traffic*, *minibuses*, y otro tipo de vehículos semipesados, operados por las más de 60 agencias de viajes que se dedican al turismo receptivo.

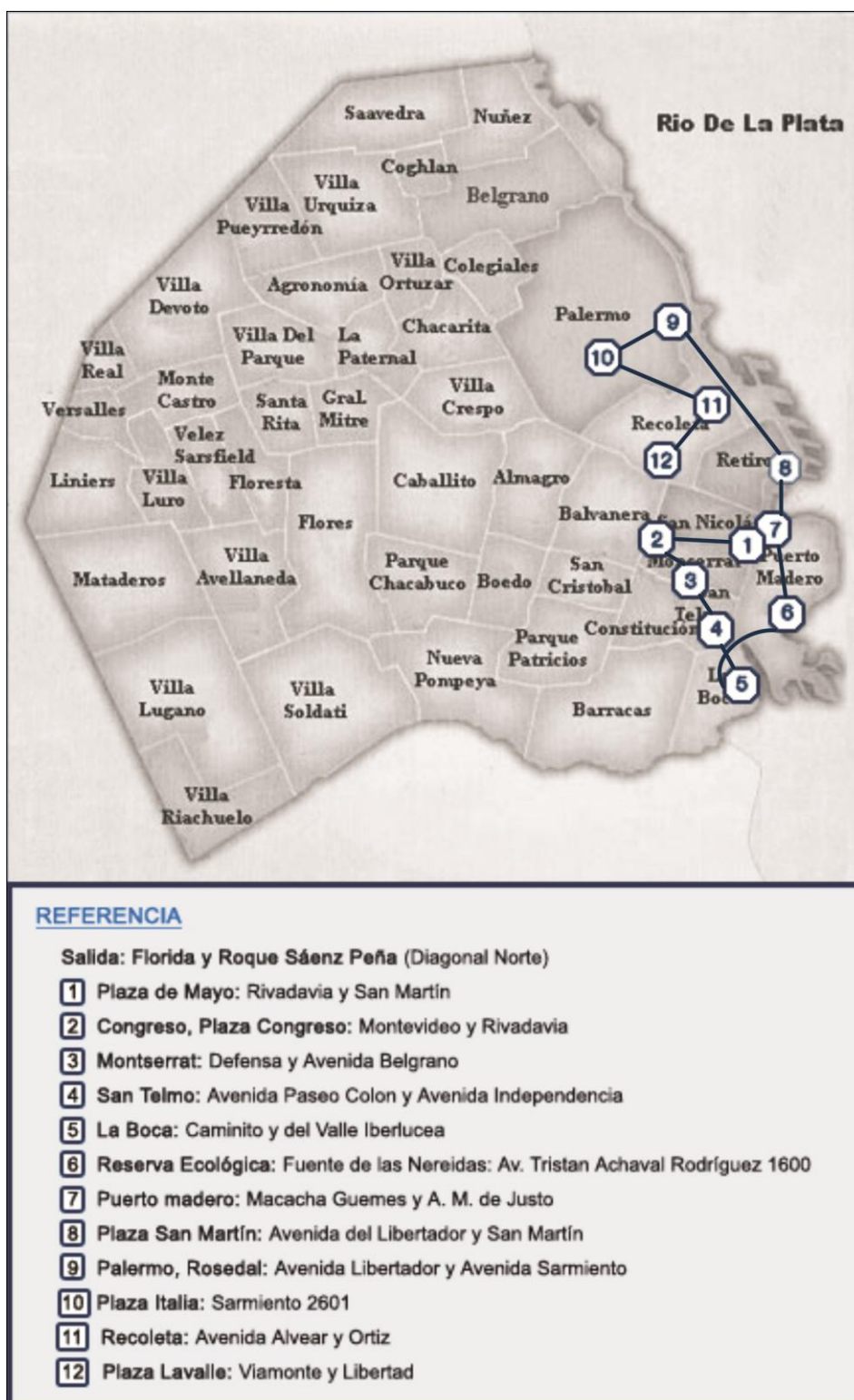
### *Bus Turístico*

El servicio de micros turísticos de Buenos Aires opera en vehículos de dos pisos (sin techo en el piso superior), con capacidad para 50 personas sentadas, y cuentan con los servicios de guías de turismo. Los servicios parten cada media hora, de la esquina de Florida y *Diagonal Norte* (Avenida Presidente Roque Sáenz Peña).

El recorrido completo dura 2 horas y 45 minutos, y los pasajeros pueden bajar y subir en cualquiera de las paradas.

Los pasajeros reciben información impresa en castellano, inglés, portugués o francés. Las personas discapacitadas y los menores de cuatro años viajan gratis.

**Mapa 6:** Recorrido y paradas del bus turístico. Ciudad de Buenos Aires.  
Año 2009.



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de [www.buenosairesbus.com](http://www.buenosairesbus.com).

### *Tren turístico: Tren de la Costa*

Funcionando sobre un ramal ferroviario abandonado por décadas, y ahora reciclado y restaurado, el *Tren de la Costa* recorre 40 kilómetros por una de las zonas más pintorescas de Buenos Aires: sale desde la Ciudad, y, por la rivera del Río de la Plata, llega hasta la localidad de Tigre, en la Provincia de Buenos Aires, ubicada sobre el delta del río Paraná. Las estaciones de partida, de llegada, e intermedias, ofrecen diversos atractivos para los viajeros; entretenimientos, gastronomía, cines, paseo de compras y feria de anticuarios, por lo que el *Tren de la Costa* se transforma en un paseo de día completo: el billete otorga el derecho a los pasajeros a detenerse en cada estación.

El Tren de la Costa es un emprendimiento ferroviario/turístico/comercial, que tiene como *motores* al *Parque de la Costa* (un centro de diversiones ubicado junto a la estación terminal *Delta*) y tres importantes núcleos comerciales ubicados en las estaciones intermedias Libertador, Maipú y San Isidro.

La traza que hoy recorre el Tren de la Costa fue tendida a fines del siglo XIX por la Compañía Nacional de Ferrocarriles *Pobladores Argentinos*, adquirido al poco tiempo por el Ferrocarril *Buenos Aires-Rosario*, entre la terminal ferroviaria de Retiro, en la Ciudad de Buenos Aires, y Tigre, pasando luego a la órbita del *Ferrocarril Central Argentino*. Era recorrido por trenes a vapor, hasta que fue electrificada en 1931. Todas las empresas ferroviarias antes mencionadas eran operadas por empresarios ingleses, hasta que en el año 1948 se decidió su nacionalización, y el ramal paso a integrar el nuevo *Ferrocarril General Mitre*. El ramal fue clausurado en 1961 desde la estación Mitre hasta Delta, y sus instalaciones quedaron abandonadas durante más de 30 años, y ocupadas ilegalmente, hasta que el Estado Nacional decidió rehabilitar el servicio ferroviario en 1990. Desde entonces y hasta la firma del decreto que formalizó la concesión de 1993 a la empresa *Tren de la Costa S. A.*, se debió solucionar la situación de ocupación ilegal, trasladar y reubicar a aproximadamente 1.600 personas. Luego se realizaron obras de apertura y construcción de calles, planta de tratamientos cloacales, remodelación y mantenimiento de plazas, sistemas de desagües pluviales y otras obras de infraestructura.

En 1995 se inauguró el servicio ferroviario, con 11 estaciones y los centros comerciales en las estaciones Maipú, Libertador y San Isidro. Dos años después se habilitó el Parque de la Costa en la Estación Delta.

Desde el punto de vista paisajístico-arquitectónico, el Tren de la Costa ofrece un conjunto homogéneo de estaciones que responden a la tradición funcional inglesa, con elementos coherentes que se van repitiendo en cada una.

La siguiente nómina, lista las estaciones del tren con los servicios que ofrece cada una:

- Maipú: es la estación cabecera portada del complejo. Aquí se pueden adquirir paquetes turísticos paseo en tren y recorrido en lancha por el delta.
- Borges: oferta comercial, plaza de olivos, y café literario.
- Libertador: tiendas de indumentaria, supermercado, patio de comidas y entretenimientos para niños.
- Anchorena: oferta gastronómica.
- Barrancas: presenta “*Bike’n coffe*”, es un espacio temático relacionado al tiempo libre con gastronomía *healthy* (comida sana), alquiler de juegos para niños y feria de anticuarios.
- San Isidro: constituye un pequeño casco urbano con un centro comercial al aire libre, salas de cine, restaurantes y bares temáticos.
- Punta Chica: oferta gastronómica.
- Marina Nueva: cafetería y pastelería.
- San Fernando: frente al club Náutico San Fernando.
- Canal: es la estación dedicada al mantenimiento ferroviario.
- Delta: Parque de la Costa, casino, feria artesanal, y numerosas ofertas de paseos por el río.

**Mapa 7:** Recorrido del Tren de la Costa. Ciudad de Buenos Aires. Año 2009.



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de [www.trendelacosta.com.ar](http://www.trendelacosta.com.ar)

## **Planta Turística**

*Los servicios que se venden al turista son elaborados por un subsistema al que denominamos planta turística, que está integrada por el equipamiento y las instalaciones. El equipamiento incluye todos los establecimientos administrados por la actividad pública y privada que se dedican a prestar los servicios básicos: alojamiento, alimentación, esparcimiento, y organización de viajes e intermedarios.*

*Las instalaciones comprenden las construcciones especiales (distintas a las consignadas por el equipamiento), cuya función es facilitar la práctica de actividades netamente turísticas. Son obras imprescindibles para la práctica de las actividades como por ejemplo, los medios de elevación para la práctica del sky. (Boullón, R., 1994, 40-41).*

## **Alojamiento**

La Ordenanza Municipal 36.136/80 reglamenta el funcionamiento de los alojamientos turísticos de la Ciudad de Buenos Aires, y clasifica a los establecimientos hoteleros según *clase* y *categoría*. Según su *Clase*, los establecimientos hoteleros pueden ser:

- Hotel
- Appart-hotel
- Campamento
- Hospedaje

Según su *categoría*, pueden ser:

- Hoteles: 1-2-3-4-5 estrellas
- Appart–hotel: 1-2-3 estrellas
- Campamento: 1 y 2 estrellas
- Hospedaje: A-B

En el año 2009, 416 establecimientos brindaron 24.303 habitaciones y 51.909 plazas.

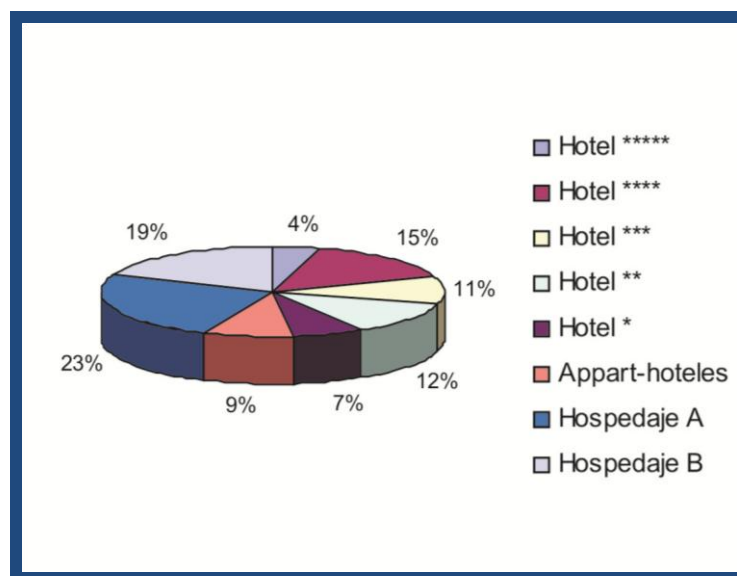


**Tabla 26:** Oferta de alojamiento, por clase y categoría.  
Ciudad de Buenos Aires. Año 2009.

CATEGORÍA	ESTABLECIMIENTOS	HABITACIONES	PLAZAS
Hotel *****	18	4.197	8.492
Hotel ****	62	6.463	14.387
Hotel ***	44	3.159	6.712
Hotel **	48	2.283	4.548
Hotel *	28	922	1.994
Subtotal Hoteles	200	17.054	36.133
Apart - Hoteles	36	2.013	5.262
Subtotal A-Hoteles	36	2.013	5.262
Hospedaje A	101	3.105	6.132
Hospedaje B	79	2.131	4.382
Subtotal Hospedajes	180	5.236	10.514
TOTAL	416	24.303	51.909

Fuente: Área de estudios de Mercado y Estadísticas Turísticas. Ente de Turismo. G.C.B.A.y elaboración propia.

**Gráfico 10:** Oferta de alojamiento, por clase y categoría.  
Ciudad de Buenos Aires. Año 2009.



Fuente: Área de estudios de Mercado y Estadísticas Turísticas. Ente de Turismo. G.C.B.A.y elaboración propia.

### Distribución territorial de los hoteles

En cuanto al análisis de la distribución de los establecimientos hoteleros por barrios, San Nicolás resulta el de mayor cantidad de alojamientos (69) destacándose los de 4 y 3 estrellas, Por otro lado, se ubica Retiro con 35 establecimientos hoteleros, con una alta cantidad de establecimientos hoteleros 5 estrellas, seguido de Balvanera con 28 establecimientos hoteleros, concentrando la mayoría de los establecimientos de 1 estrella. Los establecimientos hoteleros que ofrece Buenos Aires se concentran en solo 4 barrios: San Nicolás, Retiro, Balvanera, Montserrat y Recoleta.

**Tabla 27:** Distribución de los hoteles por barrio.

Ciudad de Buenos Aires. Año 2009.

BARRIO	5 estrellas	4 estrellas	3 estrellas	2 estrellas	1 estrella	TOTAL POR BARRIO
Almagro				3		3
Balvanera	1	1	10	9	7	28
Barracas	1			1	1	2
Belgrano				1		1
Constitución			3	1	1	5
Flores				1		1
Montserrat	2	3	3	13	4	25
Núñez					1	1
Palermo			1	3	2	5
Puerto Madero	1	1				2
Recoleta	2	5	2	4	5	18
Retiro	7	18	6	3		35
San Nicolás	5	33	17	9	5	69
San Telmo		1		1	1	4
TOTAL (por categoría)	18	62	44	48	28	200

Fuente: Área de estudios de Mercado y Estadísticas Turísticas. Ente de Turismo. G.C.B.A.y elaboración propia.

### Evolución de la oferta de alojamiento

Como se observa en las tablas 27, 28, y 29 la oferta de alojamiento de la Ciudad de Buenos Aires ha tenido un crecimiento suave pero sostenido.

**Tabla 27:** Evolución del número de establecimientos hoteleros 2001-2009.

Ciudad de Buenos Aires.

CATEGORÍA DE ALOJAMIENTO TURÍSTICO	ESTABLECIMIENTOS								
	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
TOTAL	409	410	399	402	407	398	406	417	416
HOTELES	186	192	186	186	191	182	192	200	200
5 estrellas	10	13	15	16	16	17	18	18	18
4 estrellas	48	52	51	52	52	54	55	62	62
3 estrellas	38	44	41	42	42	44	44	44	44
2 estrellas	40	41	41	40	42	43	49	48	48
1 estrella	27	29	27	26	25	24	26	28	28
en vías de categorización	23	13	11	10	14	—	—	—	—
APART HOTELES (registrados)	24	23	24	27	27	27	31	36	36
HOSPEDAJES (A-B)	199	195	189	189	189	189	183	181	180

Fuente: Área de estudios de Mercado y Estadísticas Turísticas. Ente de Turismo. G.C.B.A. y elaboración propia.

**Tabla 28:** Evolución de la oferta de habitaciones hoteleras 2001-2009.

Ciudad de Buenos Aires.

CATEGORÍA DE ALOJAMIENTO TURÍSTICO	HABITACIONES								
	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
TOTAL	23.332	23.691	23.191	23.426	23.767	23.229	23.694	24.329	24.303
HOTELES	16.009	16.689	16.336	16.366	16.678	16.140	16.604	17.054	17.054
5 estrellas	2.581	3.252	3.818	3.962	3.818	4.087	4.241	4.197	4.197
4 estrellas	5.352	5.952	5.562	5.695	5.695	5.863	5.979	6.493	6.493
3 estrellas	2.737	3.206	2.986	2.294	3.086	3.188	3.159	3.159	3.159
2 estrellas	1.973	2.030	2.026	1.945	1.957	2.100	2.339	2.283	2.283
1 estrella	1.005	1.051	1.026	996	946	902	836	922	922
en vías de categorización	2.361	1.192	918	774	1.176	—	—	—	—
APART HOTELES (registrados)	1.414	1.297	1.317	1.521	1.521	1.521	1.697	2.013	2.013
HOSPEDAJES (A-B)	5.909	5.705	5.538	5.539	5.568	5.568	5.393	5.262	5.236

Fuente: Área de estudios de Mercado y Estadísticas Turísticas. Ente de Turismo. G.C.B.A. y elaboración propia.

**Tabla 29:** Evolución de la oferta de plazas hoteleras 2001-2009.

Ciudad de Buenos Aires.

CATEGORÍA DE ALOJAMIENTO TURÍSTICO	PLAZAS								
	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
TOTAL	32.303	33.604	47.323	48.242	48.047	47.922	49.677	51.957	51.909
HOTELES	32.303	33.604	33.345	33.614	33.348	33.223	34.775	36.133	36.133
5 estrellas	5.196	6.514	7.617	7.905	7.617	8.155	8.814	8.492	8.492
4 estrellas	10.926	12.082	11.468	11.734	11.734	12.179	12.738	14.387	14.387
3 estrellas	5.537	6.489	6.291	6.931	6.491	6.809	6.712	6.712	6.712
2 estrellas	3.945	4.060	4.031	4.031	3.887	4.177	4.611	4.548	4.548
1 estrella	2.099	2.178	2.144	2.144	1.991	1.903	1.900	1.994	1.994
en vías de categorización	4.609	2.281	1.794	1.628	1.628	—	—	—	—
APART HOTELES (registrados)	—	—	2.642	3.286	3.286	3.286	3.861	5.262	5.262
HOSPEDAJES (A-B)	—	—	11.336	11.342	11.413	11.413	11.041	10.562	10.514

Fuente: Área de estudios de Mercado y Estadísticas Turísticas. Ente de Turismo. G.C.B.A. y elaboración propia.

Ciccolella, P. (1999), observaba al finalizar la década de los 90, el crecimiento y la localización de la hotelería internacional en la Ciudad de Buenos Aires: *Desde 1995, se ha duplicado la cantidad de plazas disponibles (de hotelería internacional). La localización de la nueva hotelería internacional reproduce en general el patrón histórico en el área céntrica de Buenos Aires (en particular Barrio Norte y Recoleta), aunque se dan algunos emplazamientos fuera del área central. ... Entre los hoteles internacionales (4 y 5 estrellas) históricos adquiridos por firmas transnacionales del sector (caso Plaza Hotel, adquirido por Marriott), los nuevos hoteles construidos en los noventa (Hyatt, Caesar Park, Intercontinental, etc.), las ampliaciones (Sheraton, Panamericano, etc.) y los proyectos hasta el año 2000 (Complejo Hilton de Puerto Madero, Holiday Inn del Abasto, etc.) las inversiones rondan los 1.000 millones de dólares en la década para el sector. Nuevas sedes empresariales y nueva hotelería internacional, están contribuyendo a la transformación metropolitana, en este caso, de las áreas centrales, fortaleciendo en general, el fenómeno ya histórico de la centralidad en la configuración del espacio metropolitano, pero a partir de una forma territorial "expandida" (de Mattos, C, 1.997,51) o "derramada" del clásico distrito central de negocios (CBD) (Ciccolella, P., 1999, 18).*

Diez años más tarde, se puede observar que la oferta de hoteles pertenecientes a grandes cadenas internacionales continua creciendo. Por ejemplo, desde el año 2002 se inauguraron establecimientos de las cadenas *Four Season* y *Accor*, que se sumaron a las ya presentes (*Sheraton*, *Marriot*, *Intercontinental*, *Howard Johnson*, *NH*, *Meliá*, *Holiday Inn*, *Hilton*, *Axel*, *Melia*, *Best Western* y *Kempinsky*, entre otros).

La localización sigue siendo central con expansión hacia el nuevo barrio de Puerto Madero y Palermo. El *Holiday Inn* del Abasto es el primer hotel temático del tango y el complejo *Hilton* de Puerto Madero ya han comenzado sus servicios.

En cuanto al aspecto cualitativo, la oferta hotelera de Buenos Aires tiene una amplia variedad: hoteles de estilo, de lujo, tematizados, de diseño, boutique, hoteles que se caracterizan por el trato familiar, otros especializados en convenciones y reuniones y las cadenas internacionales.

En los alojamientos tematizados, los temas dominantes son culturales (*Art Hotel*, *Youkali Kutur Hotel*) en particular el Tango, (*Caserón Porteño*, *Telmotango*, *Mansión Dandi Royal* y *Hostel Clan*).

Los hoteles *boutique* (el primero de los cuales fue el *Design Suites*, de 1999), ofrecen una combinación de servicios de alta calidad y lujo, refinada estética, y diseño. En general, son establecimientos exclusivos, pequeños, de pocas habitaciones, contruidos a partir del reciclado de casonas antiguas (algunos tienen una clara vocación patrimonial y otros fueron concebidos por reconocidos diseñadores), ubicadas sobre calles tranquilas de los barrios de moda, distanciados del microcentro (el lugar tradicional de la hotelería en Buenos Aires). Así por ejemplo, *248 Finisterra* (en el sector Las Cañitas del barrio de Palermo), presenta habitaciones que recrean la estética argentina de principios de siglo XX. También en Palermo destacan *Malabia House*, *Bo-Bo*, *Five* y *Krista*, y en la zona del Abasto, *Carlosvía*, construido sobre la base estructural de una casona de 1920.

Por último cabe mencionar la instalación de un hotel dirigido exclusivamente al segmento de mercado gay, *Axel Hotel*. Se trata del primer hotel gay urbano de diseño en América Latina. Es de cinco estrellas y está ubicado en San Telmo.

En Puerto Madero se encuentra el hotel que es todo un símbolo de la etapa postmoderna, *Hotel Faena+Universe*. Emplazado en un edificio histórico construido en 1902 para almacenar granos y diseñado para su función de hotel por Philippe Starck. El valor patrimonial de los edificios también se encuentra presente en los hoteles. El *Hotel NH* es un edificio histórico (monumento artístico e histórico), construido a principios del siglo pasado; *Caesar Park Silver Buenos Aires Obelisco* (inaugurado en el 2008), es un hotel de 4 estrellas, emplazado en un histórico edificio de la década del 20, luego de una remodelación y restauración; *El Palacio Alzaga Unzue*, ubicado en Cerrito 1.441 es un

palacio construido a fines del siglo XIX y en la actualidad es un anexo de lujo del Hotel Hyatt; el Hotel Sofite-Torre Mihanovich, ubicado sobre la calle Arroyo 841, fue por largo tiempo, el edificio más alto de la ciudad. Este edificio fue totalmente renovado a fines del 2002, para su nueva función hotelera.

### **Restauración**

En 2009, Buenos Aires tenía 3.553 restaurantes de diferentes categorías, de los cuales algo más del 56% se ubicó en barrios o sectores turísticos, y otro 44 % en barrios no turísticos.

**Tabla 30:** Restaurantes de la Ciudad de Buenos Aires. Año 2009.

RESTAURANTES	CANTIDAD
Restaurantes en Barrios Turísticos	2.011 (56.6%)
Restaurantes en Barrios no Turísticos	1.542 (43.4%)
TOTAL	3.553 (100%)

*Fuente: Área de estudios de Mercado y Estadísticas Turísticas. Ente de Turismo. G.C.B.A. y elaboración propia.*

**Tabla 31:** Distribución geográfica de restaurantes en los barrios turísticos.

Ciudad de Buenos Aires. Año 2009.

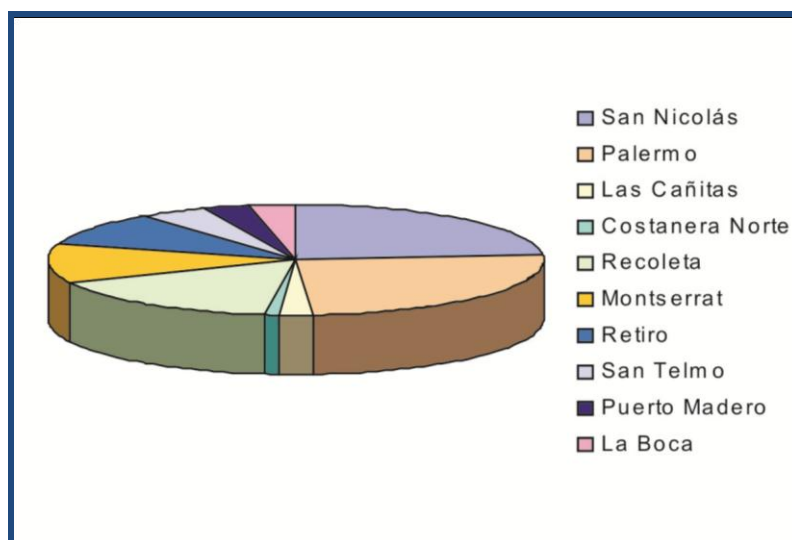
BARRIO	NÚMERO (%)
San Nicolás	474 (23,6)
Palermo	365 (18,2)
Palermo Sensible	20 (1,0)
Palermo Viejo	74 (3,7)
Palermo Hollywood	49 (2,4)
Costanera Norte	47 (2,3)
Recoleta	331 (16,5)
Montserrat	229 (11,4)
Retiro	196 (9,7)
San Telmo	89 (4,4)
Puerto Madero	61 (3,0)
La Boca	60 (3,0)
TOTAL	2.011 (100)

*Fuente: Área de estudios de Mercado y Estadísticas Turísticas. Ente de Turismo. G.C.B.A. y elaboración propia.*



**Gráfico 11:** Distribución geográfica de restaurantes en los barrios turísticos.

Ciudad de Buenos Aires. Año 2009.



*Fuente: Área de estudios de Mercado y Estadísticas Turísticas. Ente de Turismo. G.C.B.A. y elaboración propia.*

Como consecuencia de la expansión del sector, algunos barrios cambiaron su fisonomía, pasando de ser residenciales o de oficinas, a ser circuitos gastronómicos: San Telmo, el barrio más antiguo de la ciudad, con sus parrillas tradicionales y nuevos locales de comida francesa entre paredes de ladrillos y techos altos; Puerto Madero, el barrio más moderno, que alterna restaurantes especializados en carne con locales *techno* y nueva gastronomía *gourmet*; Palermo Soho y Palermo Hollywood, donde el común denominador es una ambientación impactante y cocina multiétnica. Hoy si bien las construcciones, en su mayoría casas, conservan las fachadas originales, los ambientes amplios y techos altos, típicos de los comienzos del siglo XX, pero reciclados por una decoración de estilo exclusivo y moderno. Ya no todos son viviendas familiares sino que son locales. Tiene una gran variedad de restaurantes, bares y negocios. Hollywood es un lugar de la vanguardia y exclusividad.

Los establecimientos gastronómicos, resaltan por sus originales estilos, con decoraciones de avanzada y platos excéntricos. La mayoría cuenta con jardín, terraza o patio. En este sector del barrio de Palermo, se pueden encontrar numerosos bares temáticos, discotecas, galerías de arte, teatros independientes, casas de antigüedades y diversos ateliers.

En Las Cañitas hay gran concentración de restaurantes y bares en pocas manzanas con un público mayormente local y joven pero ahora también turistas.

Este sector del barrio de Palermo fue un espacio de casas quintas con jardines. Un proceso de reciclado dejó modernos edificios y lofts y locales gastronómicos.

Comenzó con algunos restaurantes y bares. Actualmente es una de las zonas más cotizadas por los emprendedores. A razón de, dos o tres por cuadra, se alinean restós, bares, pubs y discos, decorados con lo último de la moda o con estilo muy retro. Es también muy concurrida por jóvenes porteños y turistas. En el año 2003 se realizó un informe en relación proceso de desarrollo económico territorial acontecido desde mitad de la década del 90, por parte del Centro de Estudios para el Desarrollo Metropolitano (CEDEM): Este barrio fue objeto de múltiples transformaciones, producto de cambios de patrones de consumo, consolidación de nuevos grupos sociales e influenciada por el incremento turístico que se produjo en el área. *Este dato demuestra el desarrollo comercial que se produjo en la última década en Palermo Viejo, propiciado básicamente por la transformación de antiguas viviendas en locales comerciales* (CEDEM, 2003, 2).

En relación a la distribución geográfica del sector gastronómico, el estudio efectuado en 2002 señaló la concentración gastronómica sobre la Plaza Serrano, la calle Honduras (entre Serrano y Godoy Cruz), la calle Costa Rica (especialmente sobre Armenia) y en las manzanas próximas a la Plaza Serrano, siendo evidente el proceso de expansión que tomó como epicentro esta plaza.

Los locales gastronómicos, entre 1993 y 2002 crecieron en un 227%, pasando de 58 locales en 1993 a 190 en el año 2002. La cantidad de restaurantes se incrementó un 313% en este lapso, convirtiéndose *Palermo Viejo* en una importante área gastronómica tanto para los habitantes de la Ciudad como para los turistas que la visitan CEDEM (2003).

Otras tendencias han aparecido en Buenos Aires en los últimos años, el sector de la restauración ha producido una mayor calificación y especialización que ofrece cocina internacional, étnica de autor, etc., en ambientes tematizados, de diseño, aportando más elementos diversificadores, como los bares *after office*, que concentran gran asistencia de público después del horario de oficina. En estos casos de *cocina de elite*, la oferta gastronómica se trasforma en un *atractivo turístico*, por lo que también compone la *oferta primaria de Buenos Aires*, y no solo la *oferta secundaria* (por integrar la *planta turística*).

### **Esparcimiento**

La ciudad cuenta con una amplia oferta de entretenimientos nocturnos, *pubs*, *whiskerías*, casinos, *discos*, y gran número de salas de cines y teatro.



**Tabla 32:** Lugares de esparcimiento. Ciudad de Buenos Aires. Año 2009.

LUGARES DE ESPARCIMIENTO	CANTIDAD
Bares con música / baile	59
Espacios con música en vivo	141
Galerías y Salas de arte	18
Peñas folklóricas	18
Salas de cine	200
Salas de teatro	178
Casino (Flotante)	1

*Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Ente de Turismo. G.C.B.A. y elaboración propia.*

### **Una Oferta Especial para el Turismo Gay**

Varios indicadores muestran que a partir del año 2004 comenzó aumentar la llegada de turistas extranjeros de la comunidad *gay* y *lésbica*, que eligen Buenos Aires para pasar sus vacaciones. Según datos extraoficiales, el 20% del total de turistas que llegan a Buenos Aires, es homosexual. Esta demanda está siendo atendida por una oferta preferente, diferenciada, y especializada, que se compone de más de 30 alojamientos, más de 200 restaurantes, bares, *boliches*, *pubs*, *milongas* (La Marshall), lugares para bailar música tropical y música *pop*, y locales de indumentaria, exclusivos para la comunidad, o *gay friendly*. Se han abierto agencias turísticas dedicadas exclusivamente al mercado *gay*. Buenos Aires tiene el primer hotel de 5 estrellas de América, destinado a huéspedes *gay*. Se trata del hotel Axel, en el barrio San Telmo. Uno de los pioneros en hotelería *gay friendly* fue la cadena Howard Johnson: atención personalizada, y obsequio del *pack gay*, con descuentos en locales del circuito *gay*. La agencia turística Pride Travell, produce el Mapa Gay, que auspicia la Secretaría de Turismo y se distribuye en bares, hoteles y puestos de información. En el año 2007 se llevo a cabo en la ciudad el campeonato de fútbol *gay*.

Varias circunstancias han contribuido a posicionar a Buenos Aires como una ciudad preferente para los turistas de la comunidad *gay*. Una de tales circunstancias es la ventaja de los precios bajos de la hotelería y la gastronomía comparados con las grandes ciudades *gay* del mundo, como San Francisco o Nueva York, a consecuencia de la devaluación del peso ocurrida en 2001. Por otra parte, la Ley de Unión Civil posicionó a Buenos Aires como una ciudad con mentalidad abierta y progresista.

El *perfil* de turistas *gay* es el de una pareja de profesionales, con ingresos económicos elevados, alto nivel cultural que viaja entre dos y tres veces al año porque

no tiene obligaciones familiares, y que elige playas o grandes centros urbanos. Este segmento del mercado es identificado por los operadores turísticos con las siglas DINK (*double income no kids*, doble entrada, sin hijos), y se caracteriza por una alta disposición al gasto en los destinos turísticos. Los mercados emisores más importantes son Estados Unidos y Europa. En su mayoría, tienen entre 25 y 60 años. El 90% son gay y el resto, lesbianas.

### **Centros de informes turísticos**

Varios *Centros de Información Turística* (CIT) dependen del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, y ofrecen información sobre de la ciudad, aunque en dos de ellos (los ubicados en Aeroparque Jorge Newbery y en Aeropuerto de Ezeiza), se comparte la oferta de información al turista con la brindada por la Secretaría de Turismo de la Nación.

En todos los CIT se entrega material de promoción turística, planos, etc., pero sus instalaciones pueden variar desde un simple *kiosco*, hasta un mostrador con atención personalizada (como en el caso del CIT del *shopping* Del Abasto). En el *Centro de Información del Tango* se pueden consultar la cartelera de espectáculos, *milongas*, clases de tango, instituciones de enseñanza, venta de discos y librerías especializadas, y tiendas de indumentaria para bailar el tango, etc. (además de otra información turística). Como ya se mencionó, se encuentra un Centro de Información sobre Museos en la Torre de los Ingleses.

### **Ubicación de los Centros de información turística y cultural**

- Aeroparque Jorge Newberry. Hall central de Aerolíneas Argentina.
- Aeropuerto de Ezeiza. Espigón Internacional.
- Centro de Documentación Turística. Carlos Pellegrini 217. Barrio de San Nicolás.
- Florida 100. Barrio de San Nicolás.
- Alicia Moreau de Justo 200. Dique 4. Puerto Madero.
- Quintana 596. Barrio de la Recoleta.
- *Shopping* del Abasto- Corrientes y Agüero. Balvanera.
- Defensa 1250. Barrio de San Telmo.
- Estación Terminal de Ómnibus. Barrio de Retiro.
- Centro de Información Cultural. Torre de los Ingleses. Barrio Retiro.
- Centro de Información de Tango: Sarmiento 1551, hall del Teatro General San Martín. Barrio San Nicolás.

**Mapa 8:** Distribución geográfica de los centros de información turística.  
Ciudad de Buenos Aires. Año 2009.



*Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Ente de Turismo. G.C.B.A.*

## 5.2 El espacio del turismo en Buenos Aires

De los 47 barrios de Buenos Aires, 8 son los considerados *turísticos* por el Ente de Turismo de la Ciudad de Buenos Aires, por concentrar los atractivos y servicios turísticos, y se listan a continuación. A esa lista, hemos sumado el de Balvanera porque es el barrio con más alojamientos turísticos, y con atractivos turísticos suficientes (museos, bares notables y sectores interesantes como el Abasto entre otros).

- **Montserrat**
- **Recoleta**
- **Retiro**
- **San Telmo**
- **San Nicolás**
- **Palermo**
- **Puerto Madero**
- **La Boca**
- **Balvanera**

La superficie sumada de estos barrios es de 47,2 km<sup>2</sup>, o sea algo menos del 20% de la superficie total de la ciudad (202,04 Km<sup>2</sup>) (Recoleta: 5,9 km<sup>2</sup>; Retiro: 9,9; San Nicolás: 2,3; Montserrat: 2,2; San Telmo: 1,2; Boca: 3,3; Puerto Madero: 2,1; Palermo: 15,9, Balvanera: 4,4). En los últimos años, ciertos sectores de otros barrios están desarrollando atractivos y/o servicios turísticos, como es el caso del **Barrio Chino**, un sector del Barrio de Belgrano. Otros sectores de la ciudad se están sumando como atractivos turísticos emergentes. Un ejemplo es el *recorrido tanguero* por los barrios de Boedo, Barracas, Belgrano y Caballito, a lo que hay que sumar un pequeño sector en el barrio de Mataderos. Otro ejemplo, en este caso una modalidad de *turismo no convencional*, se ha sumado desde hace unos años en informalmente (no existen datos oficiales): es el conocido como *reality tour*, que consiste en el recorrido por las *villas miseria* de la ciudad, sectores de extrema pobreza donde viven extranjeros latinoamericanos y argentinos provenientes de las provincias del interior.

*En la Argentina hay agencias que organizan circuitos turísticos a las villas miseria de Buenos Aires, en los que por 60 dólares, norteamericanos y europeos, en su mayoría, se dan un baño de realidad en la miseria, la desnutrición, el hacinamiento, en suma, la desposesión de muchos argentinos que habitan los márgenes de la dignidad humana y social. Se trata de una tendencia "cultural" mundial, que al ritmo de la moda*

factura millones de dólares en todo el planeta, donde la pobreza ha desarrollado un valor turístico.<sup>14</sup>

**Mapa 9:** Barrios turísticos. Ciudad de Buenos Aires. Año 2009.



Fuente: Elaboración propia.

<sup>14</sup> Susana Reinoso. *Reality Tour a la Indignidad*. Diario La Nación, Buenos Aires. 5 de junio de 2005.

### 5.2.1 Barrio de Montserrat<sup>15</sup>

El barrio de Montserrat está delimitado por las avenidas Montserrat: Avenida Entre Ríos, Avenida Rivadavia, ramal oeste de la Avenida Leandro N. Alem, Bartolomé Mitre, Avenida Rosales, ramal norte de la Avenida La Rábida (norte), Avenida Ing. Huergo, Chile, Piedras, Avenida Independencia. (Según Ley 2329/07).

Su nombre le ha sido otorgado por la creación en 1769 de la Parroquia de Nuestra Señora de Montserrat, al procederse a una nueva división eclesiástica del municipio. El actual templo de Nuestra Señora de Montserrat, situado en la Avenida Belgrano 1151, reemplazó en 1865 al edificio primitivo.

El Barrio de Montserrat constituye el *casco histórico* de la ciudad, y en su ejido se desarrollaron los acontecimientos políticos que dieron origen al Primer Gobierno Patrio de 1810. La historia de la ciudad y del país puede seguirse a la luz de sus edificios y plazas, casi todos ellos hoy Monumentos Históricos. Fue desde sus orígenes un barrio de inmigrantes españoles, asentados especialmente en la **Avenida de Mayo** y también en las Avenidas Belgrano y Rivadavia.

Montserrat es vecino de San Telmo y comparten muchas características e historia. Toda la zona es actualmente patrimonio histórico de la ciudad. Actualmente el barrio nuclea oficinas públicas, entidades bancarias, cafés, hoteles, comercios y restaurantes, siendo además centro cívico nacional y del gobierno de la ciudad.

#### **Lugares de interés turístico**

- Avenida Belgrano. Es una de las avenidas más importantes de la ciudad. Su nombre es un homenaje al prócer nacional Manuel Belgrano, que nació y vivió en el barrio de Montserrat.
- **Avenida de Mayo.** Une el asiento de los máximos poderes políticos de la ciudad y la Nación: la Casa de Gobierno Nacional, la de la Ciudad de Buenos Aires y el Congreso Nacional. Es lugar Histórico Nacional.

---

<sup>15</sup> Para la redacción de ese texto acerca del Barrio de Montserrat, se emplearon la siguientes fuentes: Toto, C., Marona, I., Estévez, C., (2001), Instituto Histórico de la Ciudad de Ciudad de Buenos Aires (1981), Centro de Documentación Municipal (Buenos Aires) (1980), Cutolo, V., (1998); Dirección General Centro Documental de Información y Archivo Legislativo.

- Plaza de Mayo. Entre las calles Balcarce, Rivadavia, Bolívar, Hipólito Irigoyen. Ocupa el lugar que le otorgó Juan de Garay a la Plaza Mayor en la segunda fundación de Buenos Aires, en 1580. En 1810 fue escenario de la Revolución de Mayo; durante la dictadura, a partir de 1977, fue el lugar de reunión de las Madres de Plaza de Mayo, que reclamaban la aparición de sus hijos. Hoy sigue siendo el punto de concentración de toda manifestación social y política. Se encuentra circundada por los edificios de: la Casa Rosada, la sede del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, el Cabildo y la Catedral Metropolitana. En el centro de la plaza se levanta la Pirámide que conmemora el primer aniversario de la Revolución de 1810. Es lugar Histórico Nacional.
- Casa de Gobierno o Casa Rosada. Calle Balcarce 50. Desde la Primera Junta de 1810, en estos terrenos se levanta la sede del Gobierno Nacional, pero el edificio actual se terminó de construir en 1884. Es Monumento Histórico Nacional.
- Cabildo. Calle Bolívar 65. En tiempos de la colonia, era la institución que representaba los intereses locales. La construcción del edificio comenzó a principios del siglo XVIII, pero sufrió muchas modificaciones hasta la actualidad. En 1810 fue el centro de los acontecimientos que dieron lugar a la Primera Junta de Gobierno. En su interior funciona el Museo del Cabildo y de la Revolución de Mayo una Feria de Diseño y Artesanía Urbanos. En 1993 comenzó su restauración para recuperar parte de la forma y estructura que había tenido en época del virreinato. El edificio está custodiado por el Regimiento de Patricios, que data del año 1806, uno de los más antiguos del país. Es Monumento Histórico Nacional.
- Catedral Metropolitana. Rivadavia y San Martín. La primera catedral de Buenos Aires se construyó en 1622 en este mismo terreno. El edificio actual, se terminó de construir en 1822. Es Monumento Histórico Nacional.
- Manzana de las Luces -Iglesia San Ignacio- Colegio Nacional Buenos Aires. Calles Alsina, Bolívar, Moreno y Perú. En este solar se instalaron los jesuitas en 1633. Luego de la expulsión de la orden, en 1767, en la Manzana se alojaron la Universidad de Buenos Aires y el Congreso Nacional. El conjunto presenta galerías subterráneas del siglo XVIII, antiguos túneles coloniales defensivos utilizados en el siglo XVIII, y que los comunicaban con el Fuerte, el Cabildo y las principales Iglesias. La Iglesia de San Ignacio, comenzada en 1686, es la más antigua de la ciudad. Fue el templo mayor de los jesuitas. El Colegio Nacional Buenos Aires, de nivel secundario, depende de la Universidad de Buenos Aires es hoy uno de los más prestigiosos del país. Es Monumento Histórico Nacional.

- Congreso Nacional. Es el órgano que ejerce el poder legislativo del gobierno de la República Argentina. Es Monumento Histórico Nacional.
- Plaza del Congreso. Se encuentra situada frente al Congreso de la Nación, ubicada en Rivadavia y Avenida Entre Ríos. Allí se encuentra el hito que señala el kilómetro cero de las vías camineras de Argentina. Es lugar Histórico Nacional.
- Iglesia y Convento de San Francisco. Capilla San Roque. Alsina y Defensa. Se comenzó a construir hacia 1730, se inauguró en 1754. A comienzos del siglo XX, se remodeló la fachada. Es Monumento Histórico Nacional.
- Plazoleta San Francisco. Alsina y Defensa. Plazoleta con estatuas, que representan la Astronomía, la Industria, la Geografía y la Navegación.
- Casa de Rivadavia. Defensa 350. En 1780 nació en esta casa Bernardino Rivadavia primer presidente argentino en 1826. Es de estilo colonial.
- Basílica Nuestra Señora del Rosario/Convento de Santo Domingo. Avenida Belgrano y Defensa. La construcción comenzó en 1752 y se inauguró parcialmente en 1773. Es una de las iglesias que mejor conserva las líneas jesuíticas. Es Monumento Histórico Nacional.
- Ex Casa de la Moneda. Defensa y México. En 1775, se creó la Casa de la Moneda, inaugurada en 1881 y funcionó hasta 1944. Es un edificio italianizante. Actualmente pertenece al Ejército Argentino. Es Monumento Histórico Nacional.
- Casa de José Hernández. México 524. Típica casa del siglo XIX. Perteneció al autor del Martín Fierro. Actualmente aloja a la Sociedad Argentina de Escritores. Es Monumento Histórico Nacional.
- Ex Biblioteca Nacional. Calle México 560. Edificio construido en 1901, representativo de la arquitectura del Beaux Arts.
- Casa de Liniers. Calle Venezuela 469. De la construcción original sólo se conservan la fachada y unas pocas paredes. Vivienda de Santiago de Liniers. Virrey del Río de La Plata. Es Monumento Histórico Nacional.
- Casa de María Josefa Ezcurra. Alsina 455. La vivienda fue construida en 1836. La puerta mantiene la estructura de tableros utilizada en la época de la colonia. Es Monumento Histórico Nacional.
- Altos de Elorriaga. Defensa y Alsina. Una de las primeras casas de altos que tuvo la ciudad. Es Monumento Histórico Nacional.
- Librería de Ávila. Alsina 500. En 1785 se inauguró en esta esquina una botica que sería el primer comercio en vender libros en la ciudad. A partir de 1830 se convirtió exclusivamente en librería y en uno de los centros intelectuales de la ciudad.



Actualmente funciona la Librería de Ávila, el único comercio de Buenos Aires que mantiene ubicación y rubro desde tiempos coloniales.

- Mercado de las Luces. Perú 294. Mercado de antigüedades y artesanías.

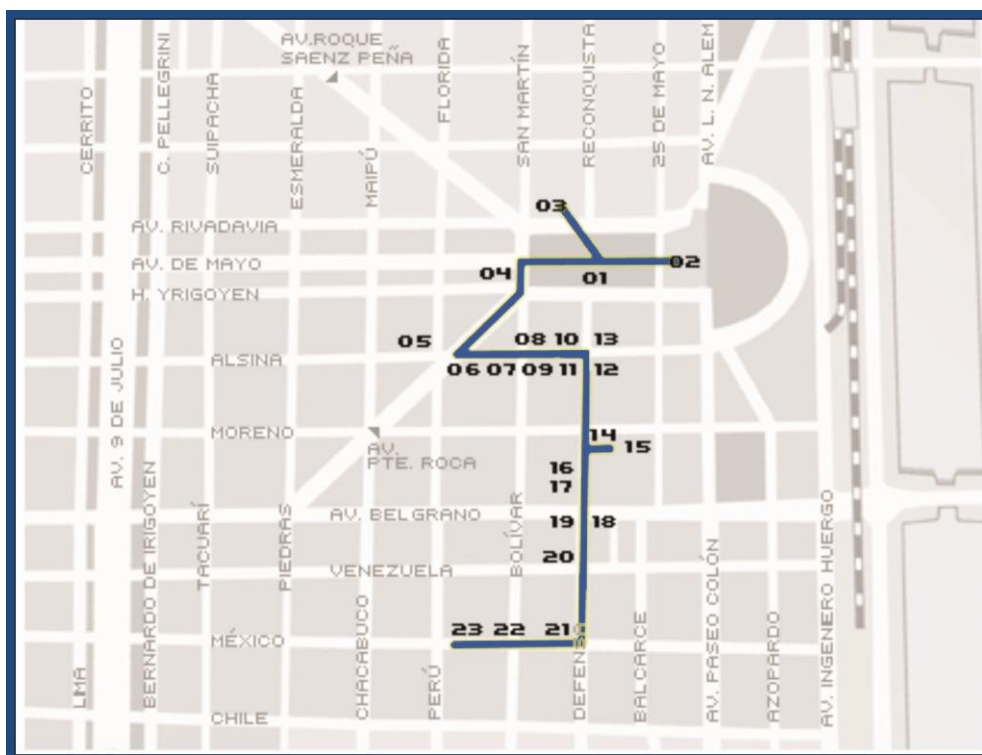
### **Museos, Bares y Cafés Notables**

**Museos:** MUMIN-Museo Participativo Minero, Museo de la Santa Casa de Ejercicios Espirituales Sor María Antonia de la Paz y Figueroa, del Antiguo Recinto del Congreso Nacional, Mundial del Tango, Nacional de la Historia del Traje, Instituto de Investigaciones Históricas de la Manzana de las Luces, Monseñor Fray José María Bottaro, Museo Santo Domingo, Tecnológico Eduardo Latzino, Etnográfico Juan B. Ambrosetti, Museo Casa Fernández Blanco, de la Ciudad, Nacional del Grabado, de la Casa de Gobierno, de la Manzana de las Luces

**Bares y Cafés Notables:** Bar El Colonial, Café Tortoni, Confitería del Hotel Castelar, American Bar, London City, 36 Billares, La Embajada, La Puerto Rico, El Querandí, Iberia.

### **Mapa 10:** Circuito turístico del Barrio de Montserrat.

Ciudad de Buenos Aires. Año 2009.



Fuente: Ente de Turismo. G.C.B.A.

### **Referencias:**

1. Plaza de Mayo. Balcarce, Rivadavia, Bolívar, Hipólito Irigoyen.

2. Casa de Gobierno o Casa Rosada. Balcarce 50.
3. Catedral Metropolitana. Rivadavia y San Martín.
4. Cabildo. Bolívar 65.
5. Monumento a Julio Argentino Roca. Diagonal Sur y Perú.
6. Manzana de las Luces-Iglesia San Ignacio-Colegio Nacional Buenos Aires. Alsina, Bolívar, Moreno, Perú.
7. Librería de Ávila. Alsina 500.
8. Casa de María Josefa Ezcurra. Alsina 455.
9. Café La Puerto Rico. Alsina 420.
10. Altos de Elorriaga. Defensa y Alsina.
11. Museo de la Ciudad-Farmacia La Estrella Alsina y Defensa.
12. Iglesia y Convento de San Francisco - Capilla San Roque Alsina y Defensa.
13. Plazoleta San Francisco. Alsina y Defensa.
14. Bar El Colonial. Moreno y Defensa.
15. Museo Etnográfico Juan B. Ambrosetti. Moreno 340.
16. Casa de Rivadavia. Defensa 350.
17. Casa de la Defensa/Museo Nacional del Grabado. Defensa 372.
18. Basílica Nuestra Señora del Rosario/Convento de Santo Domingo. Avenida Belgrano y Defensa.
19. Solar de Manuel Belgrano/Edificio Calmer. Belgrano entre Defensa y Bolívar.
20. Casa de Liniers. Venezuela 469
21. Ex Casa de la Moneda. Defensa y México.
22. Casa de José Hernández. México 524.
23. Ex Biblioteca Nacional. México 560.

### **5.2.2 Barrio de Recoleta<sup>16</sup>**

Los límites del barrio de Recoleta están dados por las calles Montevideo, Uruguay, Avenida Córdoba, Mario Bravo, Avenida Coronel. Díaz, Avenida General Las Heras, Tagle, vías del Ferrocarril Gral. Bartolomé Mitre, Jerónimo Salguero y traza A.U. Costera hasta la prolongación virtual de Montevideo. Ley 2329/07.

---

<sup>16</sup> Para la redacción de ese texto acerca del Barrio de Recoleta, se emplearon la siguientes fuentes: Toto, C., Marona, I., Estévez, C., (2001), Instituto Histórico de la Ciudad de Ciudad de Buenos Aires (1981), Centro de Documentación Municipal (Buenos Aires) (1980), Cutolo, V., (1998); Dirección General Centro Documental de Información y Archivo Legislativo.

El nombre proviene del Convento de los Padres Recoletos, miembros de la orden franciscana que se estableció en la zona a comienzos del siglo XVIII, fundando un convento y una iglesia dedicada a Nuestra Señora del Pilar La Recoleta y adjunto a esta, un cementerio. Hacia 1830, se inició la remodelación urbana de Recoleta, con la apertura de la Avenida Callao como camino de circunvalación, ya que el único camino que unía la zona con el centro era la actual Avenida Quintana.

A consecuencia de las epidemias de cólera y, particularmente, la de fiebre amarilla de 1871, las familias de mayor poder adquisitivo que habitaban la zona sur, emigraron hacia el norte, a la Recoleta, y construyeron mansiones de típica arquitectura francesa. Hoy está caracterizada no solo por su arquitectura sino también por sus plazas y parques bien arbolados.

De esta manera, Recoleta se convierte en el barrio más selecto y elegante de la Ciudad de Buenos Aires. Junto con el barrio del Retiro, a este sector de la ciudad se lo conoce como *barrio norte*. En un espacio de pocas manzanas se encuentran varios museos y centros culturales, tales como las Salas Nacionales de Cultura *Palais de Glace*, Centro Cultural Recoleta, Museo Nacional de Bellas Artes, y Centro Municipal de Exposiciones, además de plazas, ferias, y bares y restaurantes de primer nivel. En este barrio tienen su asiento dependencias de la Universidad de Buenos Aires, como las Facultades de Derecho de Ingeniería y de Medicina.

Entre los edificios singulares del barrio se encuentran las Embajada Británica (es Monumento Histórico Nacional) la Embajada del Vaticano Avenida Alvear 1605, esquina Montevideo, la Embajada de Rusia Rodríguez Peña 1741, en una casona patricia; la Embajada de Serbia y Montenegro. Marcelo T. de Alvear 1705, inaugurada en 1909, de estilo academicista.

### ***Lugares de interés turístico***

- Plaza Francia. Avenida Del Libertador, entre Agote y Avenida Pueyrredón. En el centro de esta plaza se encuentra el monumento “Homenaje de la colonia Francesa a la Nación Argentina”. Fue un regalo de la colectividad francesa para el Centenario 1910.
- Plaza Alvear. Entre las avenidas Pueyrredón, Del Libertador y Alvear, se inauguró en 1900. Aquí funciona los fines de semana una de las ferias de artesanías de Buenos Aires.
- Plaza San Martín de Tours. Entre calles Posadas, Schiaffino y avenida Alvear, rinde homenaje al Santo Patrono de la Ciudad de Buenos Aires. Es lugar Histórico Nacional.

- Plaza Rodríguez Peña. Entre avenida Callao y las calles Paraguay, Rodríguez Peña y Marcelo T. de Alvear. Fue creada en 1892. Es lugar Histórico Nacional.
- Parque Thays. Situado en la intersección de Avenida del Libertador entre Avenida Callao y Avenida Pueyrredón. En este parque se encuentra una escultura en bronce, Torso Masculino, del artista colombiano Fernando Botero.
- Plaza Vicente López. Entre las calles Montevideo, Paraná, Juncal, Arenales y Vicente López.
- Plaza de las Naciones Unidas. Avenida Figueroa Alcorta y Austria. En esta plaza está ubicada la *Floralis genérica*, una escultura metálica obsequiada por el arquitecto argentino Eduardo Catalano. La escultura se encuentra situada en el centro de un parque de cuatro hectáreas de límites arbolados, rodeada de sendas que se acercan y alejan brindando diferentes perspectivas del monumento y situada por sobre un espejo de agua, que aparte de cumplir su función estética, la protege.
- Plaza Rubén Darío. Entre la avenida del Libertador, la calle Austria, la avenida Figueroa Alcorta y la avenida Pueyrredón.
- Plaza República del Uruguay. Entre las avenidas del Libertador y Figueroa Alcorta y las calles Austria y Tagle.
- Plaza Emilio Mitre. Entre avenidas Las Heras y Pueyrredón, y las calles Cantilo y Pacheco de Melo.
- Plaza Bartolomé Mitre. Entre avenida del Libertador, y las calles Dr. Luis Agote, Agüero y República del Líbano.
- Biblioteca Nacional. Agüero 2502. Fundada en 1811. El edificio actual se inauguró en 1992.
- Palais de Glace. Posadas 1725. Este edificio de 1910, funcionó como pista de patinaje sobre hielo, y sala de baile. Actualmente es un centro estatal de exposiciones de arte. Es Monumento Histórico Nacional.
- Centro Cultural Recoleta. Junín 1930. Es un centro de exposiciones de arte, espectáculos y otros eventos. Fue inaugurado en 1979, funciona en un edificio del siglo XIX que perteneció a los frailes recoletos. Contiene además el Museo Participativo de Ciencias.
- Cementerio de la Recoleta. Junín 1790. Fue el huerto de los monjes recoletos y se convirtió en cementerio público en 1822, luego de la expulsión de la orden religiosa. Aquí se encuentran los restos de próceres, presidentes de la República, escritores, científicos y artistas. Es una muestra de arquitectura funeraria del siglo XIX y comienzos del XX, con panteones familiares y bóvedas de la alta burguesía y los antiguos estancieros. Es Monumento Histórico Nacional.

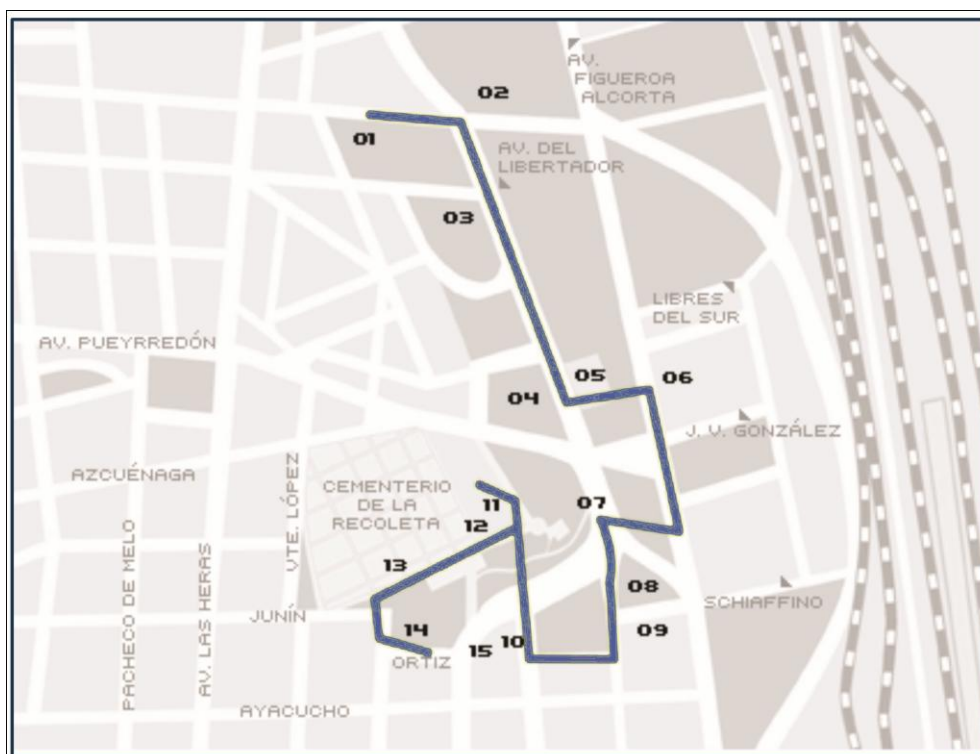
- Basílica Nuestra Señora del Pilar. Junín 1892. Inaugurada en 1732. Conserva los retablos, gran parte de las imágenes y elementos de culto de la época en que los frailes recoletos habitaban el convento. Junto a la iglesia funciona un pequeño Museo Claustros Del Pilar, que muestra galerías laterales al templo que datan del año 1715. Es Monumento Histórico Nacional.
- Hotel Alvear. Avenida Alvear 1891. Es uno de los hoteles más importantes de la ciudad. El edificio es del año 1928. Es Monumento Histórico Nacional.
- Patio Bullrich. Posadas 1225. De estilo neoclásico, a principios del siglo XX era uno de los centros de remate de hacienda más importantes de Buenos Aires. Desde el año 1998 funciona el *Patio Bullrich Shopping Center*, conservando valores originales del edificio, con 6 salas de cine, parque de juegos y patio de comidas con diversos locales gastronómicos.
- Bar La Biela. Avenida Quintana y Roberto M. Ortiz. Es el punto de reunión de jóvenes. En 1999 fue declarado Sitio de Interés Cultural por la Legislatura de la Ciudad.
- Área gastronómica. Debido al el éxito comercial del bar La Biela impulsó la apertura de negocios gastronómicos en la zona; de restaurantes, cines, discotecas, cafés y bares que terminaron de moldear la fisonomía del barrio, una de las zonas más visitadas de la ciudad, tanto de día como de noche.
- Buenos Aires Design. Avenida Puerredón 2501. Es el primer *mall* temático de la ciudad, dedicado al diseño, construcción, decoración y equipamiento para la casa. En el *Buenos Aires Design* se encuentra la primera sucursal latinoamericana de la cadena internacional *Hard Rock café*.
- Palacio Pizzurno. Sede del Ministerio de Educación de la Nación y de la Biblioteca Nacional de Maestros. Inaugurado en 1893. Es Monumento Histórico Nacional.

### **Museos, Bares y Cafés Notables**

**Museos:** “Casa de Ricardo Rojas”, Nacional de Arte Decorativo, Nacional de Bellas Artes, Museo Participativo de Ciencias, Museo y centro de Estudios Históricos de la Facultad de Odontología de Buenos Aires, Patología de la Universidad de Buenos Aires, de Farmacia Dra. Rosa C. D’Alessio de Carnevale Bonino, de Historia de la Medicina y la Cirugía Vicente A. Risolía, Museo y Archivo Histórico de la Facultad de Derecho de la Universidad de Buenos Aires, Museo Padre Coll, Museo Notario Roberto Mario Arata, de Ciencia y Técnica de la Facultad de Ingeniería de la Universidad de Buenos Aires, Claustros del Pilar, de Arquitectura, Centro Cultural José Ingenieros, Centro Cultural Recoleta.

**Bares y Cafés Notables:** Clásica y Moderna, Bar del Hotel Alvear, La Biela.

**Mapa 11:** Circuito turístico del Barrio de la Recoleta.  
Ciudad de Buenos Aires. Año 2009.



*Fuente: Ente de Turismo. G.C.B.A.*

**Referencias:**

1. Biblioteca Nacional. Agüero 2502.
2. Plaza República Oriental del Uruguay. Avenida del Libertador, Austria, Tagle y Avenida Figueroa Alcorta.
3. Plaza Mitre. Avenida del Libertador y Luis Agote.
4. Plaza Francia Avenida del Libertador, Ricardo Levene, Dr. Luis Agote y Avenida Pueyrredón.
5. Museo Nacional de Bellas Artes. Avenida del Libertador 1473.
6. Facultad de Derecho. Avenida Figueroa Alcorta 2263.
7. Plaza Torcuato de Alvear. Entre Avenida del Libertador, Pueyrredón, Alvear y Junín.
8. Monumento al General C. M. Alvear.
9. Palais de Glace.
10. Avenida Alvear y Hotel Alvear.
11. Centro Cultural Recoleta. Junín 1930.
12. Basílica Nuestra Señora del Pilar. Junín 1892.
13. Cementerio de la Recoleta. Junín 1790.

14. Área gastronómica.

15. Bar La Biela. Avenida Quintana y Roberto M. Ortiz.

### 5.2.3 Barrio de Retiro<sup>17</sup>

Desde principios del siglo XVIII se reconoce con la denominación *Retiro* a este barrio de Buenos Aires, cuyo nombre proviene de la *Casa del Retiro*, construida en la intersección de las actuales Arenales y Maipú.

Retiro tiene por límites: Borde sur de la dársena D, Avenida Tomás Edison, Acceso Wilson, Avenida Pte. Ramón Castillo, bajada Autopista Dr. A. Illia (acceso portuario), hasta intersección con Autopista Illia, prolongación virtual de Juan Bibiloni, Brig. Gral. F. Quiroga, Montevideo, Guido, Uruguay, Avenida Córdoba, Boulevard Cecilia Grierson, carril norte del Boulevard Cecilia Grierson (entre la Avenida Antártida Argentina y Dársena Norte), Avenida Costanera Intendente Hernán M. Giralt, sendero portuario interno (sin denominación oficial) paralelo al Malecón del canal Norte de la Dársena Norte, Río de la Plata. (Ley 2329/07).

El barrio presenta diferencias entre sectores cercanos: nudo de tráfico terrestre y fluvial de personas y de cargas; para los porteños, zona de paseo y de trabajo; para los turistas lugar de alojamiento de lujo y centro de compras; multitud de trabajadores en tránsito y lugar de viviendas aristocráticas y de *villas miseria*; etc.

Retiro es la puerta norte de entrada a la Ciudad, donde convergen las estaciones cabeceras de los ferrocarriles General Belgrano, General San Martín y General Mitre construidas entre 1911 y 1914, eran el paseo de domingo en esa época, que se dirigen al interior del país y al gran Buenos Aires, la Estación Terminal de Ómnibus, las centrales de numerosas líneas de autobuses de la Capital, y la terminal de cruceros “Quinquela Martín”. Por esas terminales circulan a diario miles de personas, que en las horas *pico* transforman a este sector del barrio en un *mercado persa*, que linda con el rincón elegante y refinado centrado en la Plaza Carlos Pellegrini, rodeada de hoteles lujosos, amplios pisos de departamentos, una zona de los *palacios* sobre la Plaza San Martín Cancillería, Círculo Militar, y en un contraste muy duro, casi invisible a la mirada del turista, la *villa de emergencia villa miseria*, que se encuentra bajo la Autopista 9 de Julio.

---

<sup>17</sup> Para la redacción de ese texto acerca del Barrio de Retiro, se emplearon las siguientes fuentes: Instituto Histórico de la Ciudad de Buenos Aires (1981), Centro de Documentación Municipal (Buenos Aires) (1980), Cutolo, V., (1998); Dirección General Centro Documental de Información y Archivo Legislativo.

Para los turistas, Retiro es un centro comercial y de negocios, sector requerido para la compra de artículos de origen artesanal.

La fisonomía el *landscape* que ofrece el barrio es diversa y contrastante: construcciones de la época colonial; las del esplendor de principios de siglo XX con los edificios de la etapa del progreso como el *Kavanagh*, de los años treinta, que fuera el punto de máxima altura en Sudamérica, la imagen de la modernidad de fin de siglo en el sector *Catalinas Norte* edificios con cristales espejados, hotelería moderna, torres y rascacielos, y la *villa miseria*.

Por el barrio de Retiro transcurren las calles Florida y Santa Fe.

### ***Lugares de interés turístico***

- Calle Florida. Es uno de los circuitos de compras de la ciudad. Es una calle, peatonal desde 1970, que recibe diariamente millones de concurrentes a lo largo de once cuadras, ofreciendo comercios de variados estilos, galerías, cafés y bares, librerías, tiendas de ropa, zapatos y artículos de cuero. Sus orígenes se remontan al nacimiento de la Ciudad de Buenos Aires, en el siglo XVI. A fines del siglo XVII se convirtió en la primera calle con pavimento de piedra en Buenos Aires, por lo que se la llamaba “la calle del Empedrado”. A comienzos del siglo XX, Florida se transformó en una calle decididamente comercial: en 1913, a pedido de los comerciantes de la zona, se accedió a convertir algunos tramos en exclusivamente peatonales. Con la instalación de locales de importantes firmas como Harrod’s y Gath & Chaves, la joyería Riccardi que funciona desde el año 1925 y que ha sido en varias ocasiones quienes realizaran el bastón de mando que se le entrega a los presidentes en la argentina cuando asumen, confiterías, galerías artísticas y centros culturales, la calle florida fue tomando su fisonomía actual. En su trayecto se destacan la Plaza San Martín, el Edificio Kavanagh, el Círculo Naval, Galerías Pacífico, el Jockey Club, el Marriot Plaza Hotel.
- Plaza San Martín. Entre las Avenida Santa Fe y del Libertador y las calle Florida y Maipú. En su extensa superficie hay tipas, gomeros, magnolias, ceibos y sequoias. Era muy visitada por Jorge Luis Borges, que vivió en sus cercanías, y a quien se le tomó una famosa fotografía, sentado en un banco y con sus manos apoyadas en el bastón. Es lugar Histórico Nacional.
- Galerías Pacífico. Ocupa la manzana entre Avenida Córdoba y calles Florida, San Martín y Viamonte. La obra original es del año 1889, creada a semejanza del *Bon Marché* de París. En 1992 fue restaurado para dar lugar al *Centro Comercial y Cultural Galerías Pacífico*. Es Monumento Histórico Nación.



- Plaza Carlos Pellegrini. Entre las calles Libertad, Cerrito, Avenida Alvear, está rodeada de las lujosas embajadas de Francia y de Brasil.
- Marriot de Buenos Aires, construido en cemento armado. Es una torre de departamentos que posee 30 pisos y 120 metros de altura. Es Monumento Histórico Nacional.
- Circulo Naval. Florida y Avenida Córdoba. Construcción de 1914.
- Estación de Retiro. Ramos Mejía 1358/98. De estilo neoclásico. Actualmente remodelada. Es Monumento Histórico Nacional.
- Administración de Parques Nacionales. Avenida Santa Fe 690. Edificio de estilo neogótico construido en 1880. Es Monumento Histórico Nacional.
- Círculo Militar. Avenida Santa Fe 750. Construido a principios del el siglo XX, donde también funciona el Museo de Armas de la Nación.
- Torre Mihanovich-Hotel Sofitel. Arroyo 841. Fue, por muchos años, el edificio más alto de la ciudad, con 20 pisos y 80 metros de altura. Fue totalmente renovado en 2002, para instalar al Sofitel Buenos Aires, de la cadena hotelera internacional de origen francés. Es Monumento Histórico Nacional.
- Palacio San Martín. Calle Arenales 761. Construcción de 1909. Arquitectura del clasicismo francés y adaptado a los tipos de residencia franceses del siglo XVIII al medio local. Es Monumento Histórico Nacional.
- Complejo Edificio Catalinas Norte. En el sector delimitado por las Avenidas Córdoba, Eduardo Madero, Leandro N. Alem y la calle San Martín. Es un centro turístico y comercial, con torres de aluminio y cristal. Aquí están el Hotel Sheraton, el edificio Catalinas Norte, las oficinas de Esso, IBM y Techint.
- Basílica del Santísimo Sacramento. San Martín 1039: finalizó su construcción en 1916. Este edificio de estilo neogótico-romántico, es un templo suntuoso, el predilecto de la alta sociedad porteña para celebrar sus casamientos.
- Monasterio de Santa Catalina de Siena. Avenida Rivadavia y San Martín. arquitectura de la época colonial. Es Monumento Histórico Nacional.
- Sinagoga y Museo Judío. Libertad 773. En 1897 fue colocada la piedra fundamental de este templo por la Congregación Israelita de la Argentina. Funciona aquí el Museo Judío de Buenos Aires. Es Monumento Histórico Nacional.
- Plaza de la Fuerza Aérea. Entre las avenidas Leandro N. Alem, Eduardo Madero, Ramos Mejía y la calle San Martín, y frente a la estación ferroviaria. Es uno de los lugares tradicionales del barrio del Retiro. Allí se encuentra la Torre Monumental, de estilo renacentista, obsequio de la colectiva inglesa en 1910, en reconocimiento a la

República Argentina por haber recibido a grupos de inmigrantes británicos, y con motivo del centenario de la independencia del país.

- Totén Kwakiutis Plaza Canadá. El totén es un poste de madera tallada donada por el gobierno de Canadá, se encuentra en el centro de la Plaza Canadá.

### **Museos, Bares y Cafés Notables**

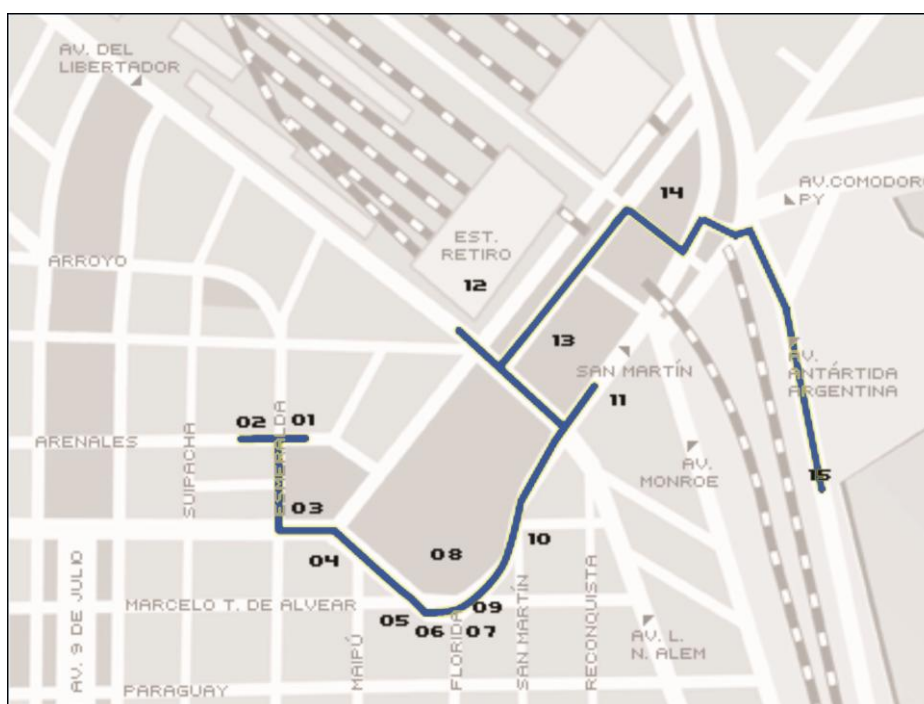
**Museos:** de Armas de la Nación, de Arte Hispanoamericano Isaac Fernández Blanco, Museo Nacional y Centros de Estudios Históricos Ferroviarios, de la Soha, del Holocausto, de la Casa del Teatro, de Urología de Buenos Aires, Instituto Nacional de Estudios de Teatro, de Arte Hispanoamericano Isaac Fernández Blanco, de Armas de la Nación, Histórico de Gendarmería Nacional, Centro Cultural Borges, Centro Cultural Konex.

Se encuentra en este barrio el **Museo del Inmigrante**. En 1997 el Ministerio del Interior creó el Programa *Complejo Museo del Inmigrante* con dependencia funcional de la Dirección Nacional de Migraciones, al que se le destinó como sede la totalidad del edificio del Hotel de Inmigrantes y su entorno, a cargo de la Dirección Nacional de Migraciones. Monumento Histórico Nacional al conjunto del ex-Hotel de Inmigrantes.

**Bares y Cafés Notables:** Bar O Bar, Plaza Bar, Saint Moritz, Florida Garden.

### **Mapa 12:** Circuito turístico del Barrio de Retiro.

Ciudad de Buenos Aires. Año 2009.



Fuente: Ente de Turismo. G.C.B.A.

### **Referencias:**

1. Palacio San Martín. Arenales 761.
2. Nuevo edificio de la Cancillería Esmeralda 1212.
3. Círculo Militar Palacio Paz. Santa Fe 750.
4. Museo de Armas de la Nación. Santa Fe y Maipú.
5. Calle Florida.
6. Joyería Riccardi. Florida 1001.
7. Marriot Plaza Hotel.
8. Plaza San Martín.
9. Edificio Kavanagh. Florida 1065.
10. Basílica del Santísimo Sacramento. San Martín 1035.
11. Sheraton Hotel. San Martín 1225.
12. Estación Retiro.
13. Torre Monumental de los ingleses.
14. Tótem Kwakiutis Plaza Canadá.
15. Museo de la inmigración. Antártida Argentina 1355.

### **5.2.4. Barrio de San Telmo<sup>18</sup>**

El barrio de San Telmo está limitado por las calles: Chile, Piedras, Avenida Caseros, Defensa, Avenida Martín García, Avenida Paseo Colón, Avenida Brasil, carril suroeste de la Avenida Ingeniero Huergo (entre Juan de Garay y Brasil), Avenida Ingeniero Huergo; Ley 2329/07.

Durante los siglos XVII y XVIII Buenos Aires comenzó a expandirse y a poblar este barrio del sur que comenzaría a ser identificado con el nombre del Alto de San Pedro, a causa de su posición más elevada. En este barrio, los vecinos de Buenos Aires lucharon contra las tropas inglesas que ocuparon la ciudad, en 1806 y 1807. En su recuerdo y homenaje, algunas de sus calles tienen por nombre *Defensa* o *Reconquista*, por ejemplo. Este barrio estaba habitado por familias aristocráticas hasta que migraron al norte (Recoleta) después de la epidemia de la fiebre amarilla, en 1871. Como había nacido alrededor del puerto primitivo que tuvo la ciudad, San Telmo no tardó en verse invadido por la ola inmigratoria del siglo XIX, con la que comenzó a cambiar la fisonomía de sus calles. Las grandes casonas de las clases acomodadas fueron subdivididas en

---

<sup>18</sup> Para la redacción de ese texto acerca del Barrio de San Telmo, se emplearon la siguientes fuentes: Toto, C., Marona, I., Estévez, C., (2001), Instituto Histórico de la Ciudad de Ciudad de Buenos Aires (1981), Centro de Documentación Municipal (Buenos Aires) (1980); Cutolo, V., (1998); Dirección General Centro Documental de Información y Archivo Legislativo.

espacios de uno y dos cuartos que fueron asignados a diferentes familias. Así nació el *conventillo* que se convirtió en lugar de albergue para numerosas familias que vivían hacinadas en su interior.

Estos inmigrantes, en su mayoría dedicados a la artesanía y al comercio, le fueron imprimiendo sus costumbres al lugar, que desde entonces se caracterizó por sus ferias callejeras y su movimiento mercantil.

A partir de 1970, San Telmo empezó a ser revalorizado. Las viejas construcciones fueron refaccionadas y, muchos de los edificios, con más de 100 años de antigüedad, fueron declarados Patrimonio Histórico de la Ciudad.

Es uno de los lugares turísticos más visitados. Posee el mercado de anticuarios más importante, y reúne el mayor número de locales de tango, en un entorno de calles empedradas y estrechas, y antiguas casonas e iglesias. Actualmente es un barrio donde hay un amplio despliegue cultural, como escuelas de arte, cine y televisión así como tiendas de antigüedades y una feria de antigüedades que se desarrolla durante los fines de semana.

Durante el día, San Telmo se muestra como un barrio apacible, sencillo e histórico, con sus tiendas de antigüedades, talleres artesanales y galerías de arte. De noche hay una intensa actividad de restaurantes, *pubs*, *cafés-concert* y locales de tango. También los fines de semana se realizan *shows* de tango, gratuitos, donde el turista puede ponerse en contacto con la música típica de Buenos Aires.

### **Lugares de interés turístico**

- Plaza Coronel Manuel Dorrego. Humberto 1º al 400 y Defensa al 1000. Es lugar Histórico Nacional. Esta plaza, la más antigua de la ciudad después de la Plaza de Mayo, era el lugar en que paraban las carretas y carruajes en sus viajes desde el puerto a la ciudad, y desde ésta al puerto. Conforman el centro del barrio, y en ella se encuentra la capilla de Nuestra Señora del Carmen, una construcción del año 1734. Está rodeada por edificios característicos de fines del siglo XIX y XX que albergan cafés, restaurantes y bares. Los domingos se instala allí, desde hace más de 30 años, la Feria de Antigüedades, con sus puestos de venta de encajes, obras de arte y antiguos objetos de uso cotidiano. En su entorno, sobre la calle Defensa, se concentran negocios de anticuarios. Sobre la calle Humberto 1º, se sitúa el conjunto jesuita constituido por la Iglesia de Nuestra Señora de Bethlem, la Parroquia de San Pedro Telmo (Monumento Histórico Nacional) y el Museo Penitenciario Antonio Ballve (Monumento Histórico Nacional). Frente a este conjunto, se encuentra la Escuela Guillermo Rawson. Cuando oscurece las calles del barrio se iluminan con faroles de la época colonial. Varios de los antiguos conventillos coloniales

circundantes están ocupados en la actualidad por talleres de artistas plásticos orfebres, fileteadores y artesanos.<sup>19</sup>

- Parque Lezama. Defensa, Avenida Brasil, Avenida Paseo Colón y Avenida Martín García. Creado en 1894, posee un Anfiteatro, construido en 1914 aprovechando las barrancas y desniveles naturales del parque, en el que se llevan a cabo espectáculos al aire libre. Frente al parque está el Bar Británico, abierto desde 1929, al que concurrían los inmigrantes ingleses, ex combatientes de la primera guerra mundial, y los trabajadores que en la década de 1920 construyeron los Ferrocarriles del Sur, que era una compañía del Reino Unido.
- También se ubica en las cercanías del parque la Iglesia Ortodoxa Rusa de la Santísima Trinidad (Monumento Histórico Nacional) construida en estilo moscovita del siglo XVII. Fue inaugurada en 1904.
- Mercado de San Telmo. En la manzana delimitada por las calles Bolívar, Carlos Calvo, Defensa y Estados Unidos Mercado de venta de antigüedades, fue inaugurado en 1897. Es Monumento Histórico Nacional.
- Casa de Castagnino. Balcarce 1016. Casa donde vivió el pintor Juan Carlos Castagnino 1908-1972, que la restauró como taller en la década de 1960. El edificio data de fines del siglo XVIII.
- Galería de la Defensa. Humberto 1º y Carlos Calvo. Se construyó como casa de familia en el año 1880. Es una típica *casa chorizo* constituida por una serie de habitaciones ubicadas alrededor de tres patios: el *primero* donde se recibía a las visitas y estaba la sala, el comedor y el escritorio; el *segundo* donde estaban las habitaciones de la familia; el *tercero* donde se encontraban las dependencias de servicio. En 1910 comenzó a funcionar como escuela primaria hasta que se convirtió en un conventillo. En 1981 se inauguró como Galería Comercial.
- Casa de Esteban de Luca. Defensa y Carlos Calvo. Casa de fines del siglo XVIII, fue la vivienda de Esteban de Luca, militar, poeta y periodista, y fue reciclada

---

<sup>19</sup> El *filete* porteño es una expresión pictórica, propia de Buenos Aires: un estilo de arte decorativo y popular.

Los testimonios coinciden en que los pioneros de este arte fueron inmigrantes italianos, que trabajaron en las fábricas de carros, quienes pintaron los primeros ornamentos sobre las nuevas unidades que de allí salían.

Inicialmente se trataba de líneas muy simples que llenaban los paneles de los carros o separaban dos colores diferentes en sus costados, que más tarde dieron lugar a la incorporación de nuevos elementos decorativos que fueron conformando un repertorio característico.

(Fuente: Genovese Alfredo: *Filete Porteño*. Comisión para la Preservación del Patrimonio Histórico Cultural de la Ciudad de Buenos Aires. 2007)

conservando elementos arquitectónicos de la época. Es Monumento Histórico Nacional y actualmente funciona un restaurante.

- Antigua Tasca de los Cuchilleros. Carlos Calvo 319. Data de fines del siglo XVIII, y actualmente funciona como restaurante.
- Galería Solar de French. Defensa entre Humberto 1º y Carlos Calvo. Solar donde vivió Domingo French. La casa se ha transformado en galería comercial.
- Ex-fundación San Telmo. Defensa 1344. Casa construida en 1860, refaccionada en 1980. Actualmente funcionan una galería de arte y una escuela de teatro.
- Taller-Museo José Pallarols Torras. Defensa 1094. Taller de platería, herramientas, dibujo, grabado.
- Facultad de Ingeniería. Paseo Colón 850. Edificio de estilo neoclásico, expresión de la concepción arquitectónica estatal de mediados del siglo XX.
- Secretaría de Agricultura, Ganadería y Pesca de la Nación. Paseo Colón 922. conjunto de edificios estilo neo-gótico, muestra de la monumentalidad de las obras públicas de fines del siglo XIX y comienzos del XX.
- Museo de Arte Moderno. Avenida San Juan 350. Fue un antiguo depósito de tabaco del año 1918, reciclado conservando su arquitectura original de estilo utilitario. El museo presenta exposiciones de artistas plásticos contemporáneos.
- Casa Mínima. Pasaje San Lorenzo 380. Diminuta casa del siglo XIX. Es la parte que queda de una construcción de la segunda década del siglo XIX.
- Pasaje San Lorenzo. Estados Unidos y Balcarce. En este pasaje, de dos cuadras de largo, es posible visitar la galería *Los Patios de San Telmo*, típica casona del siglo XVIII, donde se encuentran talleres de artistas y artesanos.
- Bar Sur. Estados Unidos y Balcarce. Abierto en el año 1967, es uno de los primeros *Café Concert* de Buenos Aires.
- Pasaje Giuffra. Avenida Independencia y calle Estados Unidos. En este pasaje de 200 metros de extensión, se suceden las típicas casas chorizo y de altos características de la arquitectura de fines del siglo XIX y principios del XX.
- Galería del Viejo Hotel. Balcarce 1051. Fue construido en el año 1860, destinado primero a hotel para inmigrantes, pero más tarde se convirtió en conventillo. En la década de 1950 se le modificó el frente haciéndolo *Art Decó*. Luego de varias refacciones, en 1978 se abrió como galería de anticuarios, con un patio con dos escaleras, sobre donde se encuentran viejas habitaciones que miran al patio central, convertidas en locales de pintores, músicos y artesanos.
- El Viejo Almacén. Balcarce e Independencia. En 1967, el cantante de tango Edmundo Rivero decidió reacondicionar este lugar tradicional, que era una antigua

casa sin ochava, para brindar espectáculos. Hoy es un lugar visitado por turistas. El edificio fue sede del primer hospital británico de una colectividad extranjera en la Argentina, luego fue almacén, vinería, y restaurante. Su arquitectura corresponde al período llamado post-colonial, y aún conserva las argollas y el palenque que se usaban para atar los caballos.

- Iglesia Dinamarquesa. Carlos Calvo 257. Templo luterano de 1931. Su fachada es de estilo neogótico.
- Mural Escenográfico. Avenida Almirante Brown 36. Reciclado de un conventillo de noventa y cuatro viviendas de 1880.
- Museo Vivo del Tango. Piedras 720. Se exhiben videos, instrumentos musicales, afiches, fotos y objetos personales pertenecientes a cantantes de tango. Brinda espectáculos.

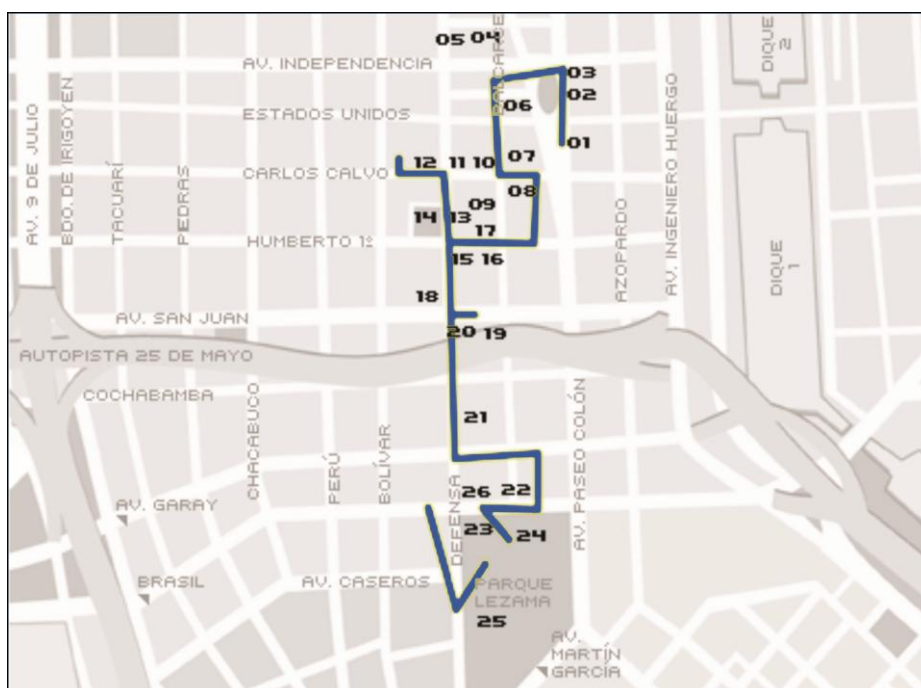
### **Museos, Bares y Cafés Notables**

**Museos:** Argentino del Títere, Penitenciario Argentino Antonio Ballué (es Monumento Histórico Nacional), Histórico Nacional (es Monumento Histórico Nacional), de Arte Moderno de Buenos Aires, de la Iglesia Parroquial San Pedro González Telmo y su Claustro Histórico, de la Emigración Gallega en la Argentina (MEGA) Centro Cultural General San Martín. Centro Cultural Plaza Defensa. Fortunato Lacámara.

En este barrio se encuentra el **Museo de la Emigración Gallega en la Argentina**, que tiene como misión proteger, conservar y difundir el patrimonio y las costumbres de la colectividad gallega que arribó a la Argentina durante los siglos XIX y XX. Posee en su acervo objetos y documentos vinculados a la emigración, al exilio y a la República Española. Actualmente el museo cuenta con tres salas de exposición permanente y una biblioteca pública.

**Bares y Cafés Notables:** El Hipopótamo, Bar Sur, Británico, Bar Plaza Dorrego, Bar Seddon, Bar El Federal, La Coruña.

**Mapa 13:** Circuito turístico del Barrio de San Telmo.  
Ciudad de Buenos Aires. Año 2009.



Fuente: Ente de Turismo. G.C.B.A.

### **Referencias:**

1. Secretaría de Agricultura, Ganadería y Pesca. Paseo Colón 922.
2. Facultad de Ingeniería. Paseo Colón 850.
3. Monumento "Canto al Trabajo". Paseo Colón 800.
4. Pasaje San Lorenzo. Estados Unidos y Balcarce.
5. La Casa Mínima. San Lorenzo 380.
6. Bar Sur. Estados Unidos y Balcarce.
7. Iglesia Dinamarquesa. Carlos Calvo 257.
8. Casa de Juan Carlos Castagnino. Balcarce 1016.
9. Galería del Viejo Hotel. Balcarce 1053.
10. Antigua Tasca de Cuchilleros. Carlos Calvo 319.
11. Casa de Esteban de Luca. Defensa y Carlos Calvo.
12. Mercado de San Telmo. Bolívar, Carlos Calvo, Defensa, Estados Unidos.
13. Galería Solar de French. Defensa entre Humberto 1º y Carlos Calvo.
14. Plaza Dorrego. Entre Humberto 1º, Defensa, Anselmo Aieta y Bethlem.
15. Museo Penitenciario Argentino "Antonio Ballvé". Humberto 1º 378.
16. Iglesia de Nuestra Sra. de Belén - Parroquia de San Pedro Telmo. Humberto 1º 340.
17. Protomedicato-Escuela Guillermo Rawson. Humberto 1º 343.



18. Pasaje La Defensa. Defensa 1179.
19. Museo de Arte Moderno del Gobierno de la Ciudad. Avenida San Juan 350.
20. Museo del Cine. Defensa 1220.
21. Ex fundación San Telmo. Defensa 1344.
22. Iglesia Ortodoxa Rusa de la Santísima Trinidad .Brasil 315.
23. Parque Lezama-Monumento Fuente a don Pedro de Mendoza. Brasil y Defensa.
24. Parque Lezama-Patio de Esculturas y Anfiteatro. Defensa, Brasil, Avenida Paseo Colón y Avenida Martín García.
25. Museo Histórico Nacional. Defensa 1600.
26. Bar Británico. Brasil y Defensa.

### **5.2.5 Barrio de San Nicolás<sup>20</sup>**

El Barrio de San Nicolás tiene por límites: Avenida Córdoba, Avenida Callao, Avenida Rivadavia, ramal oeste de la Avenida Leandro N. Alem, Bartolomé Mitre, Avenida Rosales, ramal norte de la Avenida La Rábida (norte), Avenida Eduardo Madero (Ley 2329/07). Por su ubicación geográfica, este barrio se conoce como *el centro*, es uno de los más antiguos, y asiento de *La City* financiera y bancaria. El nombre proviene de la capilla de San Nicolás fundada en 1733, que desapareció al ensancharse la calle Corrientes. En ese lugar se construyó el Obelisco, en una de cuyas caras se grabó la leyenda que recuerda aquel hecho. Hoy la iglesia de San Nicolás de Bari se levanta en la avenida Santa Fe 1364.

El barrio, en su interior comprende a la plaza Lavalle. El lugar fue destinado para ejercicios militares pasando a ser conocida como Plaza de Armas. El Parque de Artillería levantado donde hoy se encuentra el edificio de Tribunales, el cual se construyó en 1910, le otorgó el nombre de plaza del Parque.

Es el barrio donde Jorge Luis Borges vivió en su niñez, y donde se ubican los grandes teatros de la ciudad: el Nacional Cervantes y el Colón. Muchos de sus edificios son Monumento Histórico Nacional.

---

<sup>20</sup> Para la redacción de ese texto acerca del Barrio de San Nicolás, se emplearon la siguientes fuentes: Toto, C., Marona, I., Estévez, C., (2001), Instituto Histórico de la Ciudad de Ciudad de Buenos Aires (1981), Centro de Documentación Municipal (Buenos Aires) (1980), Cutolo, V., (1998); Dirección General Centro Documental de Información y Archivo Legislativo.

### ***Lugares de interés turístico***

- Su centro neurálgico es la Plaza de la República, de forma elíptica, en que se encuentra el Obelisco, imagen y símbolo de la ciudad, lugar de encuentro y de referencia para visitantes y residentes, construido en 1936 para conmemorar los cuatrocientos años de la primera instalación española en el Río de la Plata en 1536.
- Su calle principal es la Avenida 9 de Julio, que vincula las terminales ferroviarias de Retiro y Constitución, bordeada por árboles vistosos como el *palo borracho* y el *jacarandá*.
- La *city*, zona financiera: es el área de 8 manzanas, delimitada por las avenidas Rivadavia y Corrientes, y las calles 25 de Mayo y San Martín, donde se concentran bancos, compañías financieras y casas de cambio. Allí se encuentran edificios de principios de siglos como, La Bolsa de Comercio, Banco Boston, Banco Francés. Data de inicios del siglo XX, Banco Río de la Plata, Banco de la Provincia de Buenos Aires, Banco Hipotecario Nacional, Banco de la Nación (Todos ellos son Monumentos Histórico Nacional).
- Monumento a Roque Sáenz Peña. Sobre bloque de piedra de estilo *art déco*, pertenece a José Fioravanti 1898-1977, escultor argentino que se destaca por sus monumentos de grandes dimensiones de corte naturalista.
- Museo de Mitre. Sobre la calle San Martín, es una casa de época colonial, conserva los muebles de la época, biblioteca y objetos personales de Bartolomé Mitre 1821-1906, militar, político y escritor argentino, fundador del conocido diario La Nación. Es monumento Histórico Nacional.
- Palacio del Correo Central. En la calle Sarmiento 151, fue construido en terrenos ganados al Río de la Plata, se inauguró en 1828 y responde a las líneas arquitectónicas del academicismo francés. Conserva el equipamiento original y un valioso patrimonio artístico de pinturas y esculturas. El edificio es utilizado para el manejo de la mayor parte de la correspondencia del país. Por otra parte, también funciona como sede del Museo de las Comunicaciones. Es monumento Histórico Nacional.
- Plaza del Correo Central. Avenida Leandro N. Alem.
- Plaza Roberto Artl: Calles Rivadavia y Esmeralda. Se destaca la presencia de árboles de la familia bombacáceas, más conocido como *Palo borracho*.
- Iglesia de Nuestra Señora de la Merced. Reconquista 207, de estilo colonial, construcción que concluyó en 1779. Es monumento Histórico Nacional.
- Iglesia de San Nicolás de Bari. Avenida Santa Fe 1364. Le da el nombre al barrio. Fue construida en el año 1721 y se encontraba donde hoy está el obelisco. Fue

demolida para realizar el ensanche de la calle corrientes, hoy se encuentra en la calle Santa Fe.

- Nuestra Señora de la Piedad. Bartolomé Mitre 1524. Arquitectura del S.XVIII, fue fundada en 1769 como parroquia.
- Casa Natal de Jorge Luis Borges. Tucumán 844 casa en que vivió en su niñez el escritor.
- Teatro Maipo. Esmeralda 449 es una sala abierta a principios del siglo XX destinada al *teatro de revistas*.
- Este barrio tiene entre sus calles una muy destacada que es la Avenida Corrientes, que concentra los teatros, salas de espectáculos, cines, librerías, cafés, bares, pizzerías y restaurantes. Fue especialmente ensanchada en 1936. A continuación se enumeran los sitios destacados de esta avenida:
- Teatro General San Martín y Centro Cultural San Martín. Avenida Corrientes 1530. Este teatro, con sus trece pisos, se inauguró en 1961. Cuenta con salas de espectáculos, talleres escénicos, salones especiales de conferencias, auditorios, galerías de exposición, sala de cinematografía y múltiples salones para congresos y eventos nacionales e internacionales.
- Teatro Presidente Alvear. Avenida Corrientes 1659. Es una de las salas más importantes para la música y teatro argentinos, inaugurado en 1942.
- Teatro Blanca Podestá. Avenida Corrientes 1283 comenzó como una sala de cine en 1914, y en 1922 se destinó al teatro.
- Teatro Lola Membrives. Avenida Corrientes 1280. Obra del año 1927.
- Teatro Nacional. Avenida Corrientes 960, inaugurado en 1906, es una de las salas más tradicionales de Buenos Aires.
- Teatro Opera. Avenida Corrientes 860, inaugurado en 1936.
- Teatro Gran Rex. Avenida Corrientes 855. Otra de las salas importantes de la ciudad.
- Esquina del Tango. Avenida Corrientes y Esmeralda.
- Edificio Comega. Avenida Corrientes 222. Se inauguró en 1934 y es una de las obras más importantes del modernismo argentino.
- Paseo la Plaza. Corrientes 1660. inaugurado en 1989, es un complejo teatral, comercial, gastronómico y de esparcimiento que incluye dos salas de espectáculos.
- Estadio Luna Park. Avenida Corrientes y Bouchard. Espacio donde se realizan espectáculos teatrales y musicales, ballet, recitales nacionales e internacionales, etc.
- Cine Los Ángeles. Avenida Corrientes 1770. Declarado Sitio de Interés Cultural por la Legislatura de la Ciudad de Buenos Aires.

- Centro Cultural de la Cooperación. Avenida Corrientes 1543. Edificio inaugurado en 2002. Se presentan obras de teatro, exposiciones, debates y conferencias.
- La calle Corrientes ofrece una serie de librerías temáticas, que se suceden una tras otras, y están abiertas hasta altas horas de la noche, como por ejemplo Gandhi-Galerna Corrientes 1743, Losada Corrientes 1551, Lorraine Corrientes 1513, Hernández Corrientes 1436, etc.
- La avenida Corrientes es también de los cafés, las pizzerías y las confiterías notables como La Paz Corrientes 1599, Ramos, frente a La Paz, La Giralda Corrientes y Uruguay, El Gato Negro, El Vesubio, las pizzerías Guerrin Corrientes 1368, Los Inmortales Corrientes 1369, Bancharo Corrientes 1300, Las Cuartetas Corrientes 838, y La Americana.
- Otro lugar destacado del Barrio San Nicolás es la Plaza Lavalle, de tres manzanas de extensión, entre las calles Libertad, Talcahuano, Tucumán y Avenida Córdoba. Se encuentra rodeada por viviendas, escuelas, templos, cafés y teatros como el Cervantes y el Colón.
- Templo Israelita. Calle Libertad 785, frente a Plaza Lavalle, es la sinagoga más importante de la ciudad, surgida como iniciativa de los primeros residentes colonos en Buenos Aires. Como anexo al templo está ubicado a su lado el Museo Judío Doctor Salomón Kibrik, en el cual se guardan documentos de los primeros colonos judíos en la argentina y diversas piezas rituales de valor artístico.
- Teatro Colón. Es el principal teatro lírico del país, inaugurado el 25 de mayo de 1908. Posee un cuerpo de baile propio, elenco estable de coro y orquesta, además de talleres, escuelas de danza, de canto, y de actuación escénica, y un museo de arte lírico e instrumentos. Es Monumento Histórico Nacional.
- Palacio de Justicia Tribunales. Talcahuano 55. Palacio de 1910. Concentra parte del poder judicial, incluida la Corte Suprema de Justicia de la Nación. Es Monumento Histórico Nacional
- Teatro Nacional Cervantes. Avenida Córdoba y calle Libertad. Construcción de 1920. Es Monumento Histórico Nacional.

- Avenida Roque Sáenz Peña. Esta avenida, ofrece edificios de la misma altura, con una balconada entre el primer y segundo, de finales del siglo XIX, de arquitectura *art déco*, *art nouveau*. Estos edificios, que en su origen fueron casas de renta, en la actualidad son oficinas de empresas de capitales nacionales e internacionales.

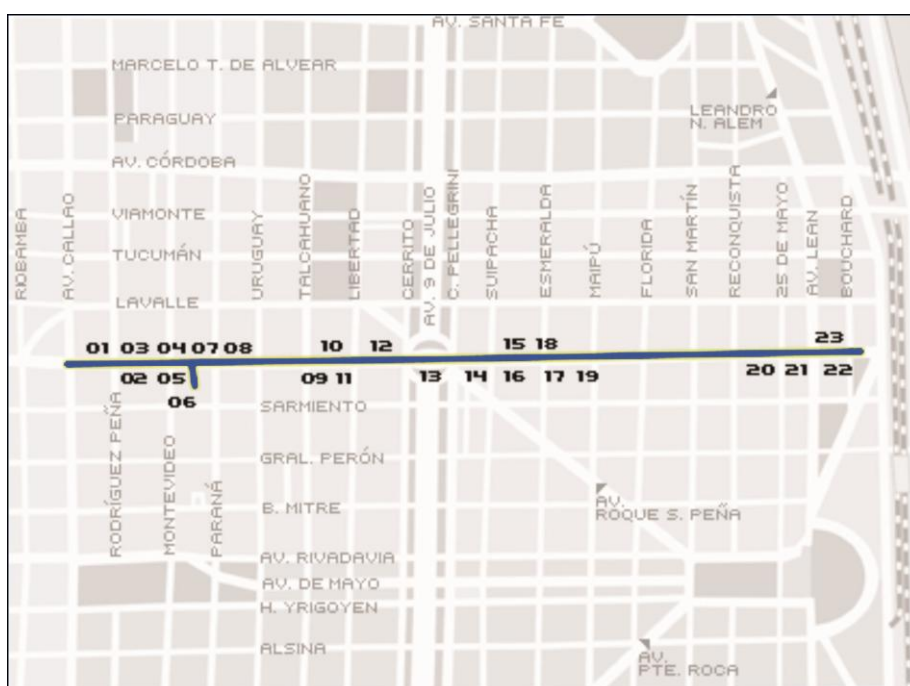
### **Museos, Bares y Cafés Notables**

**Museos:** de investigaciones Históricas de la Policía Federal. Cultural del Tango, de las Escuelas, de los Instrumentos del Teatro Colón, Histórico del Banco Provincia Dr. Arturo Jauretche, Histórico y Numismático del Banco de la Nación Argentina, Museo Mitre, Postal y Telegráfico Dr. Ramón J. Cárcano, Museo S. A. D. A. I. C “Vicente López y Planes”, Museo Judío de Buenos Aires, Centro Cultural de la Cooperación.

**Bares y Cafés Notables:** Los Galgos. El Gato Negro. Claridge. Mar Azul. Confitería Ideal. The Brighton. Richmond. Petit Colón. La Giralda.

### **Mapa 14:** Circuito turístico de la Calle Corrientes.

Ciudad de Buenos Aires. Año 2009.



Fuente: Ente de Turismo. G.C.B.A.

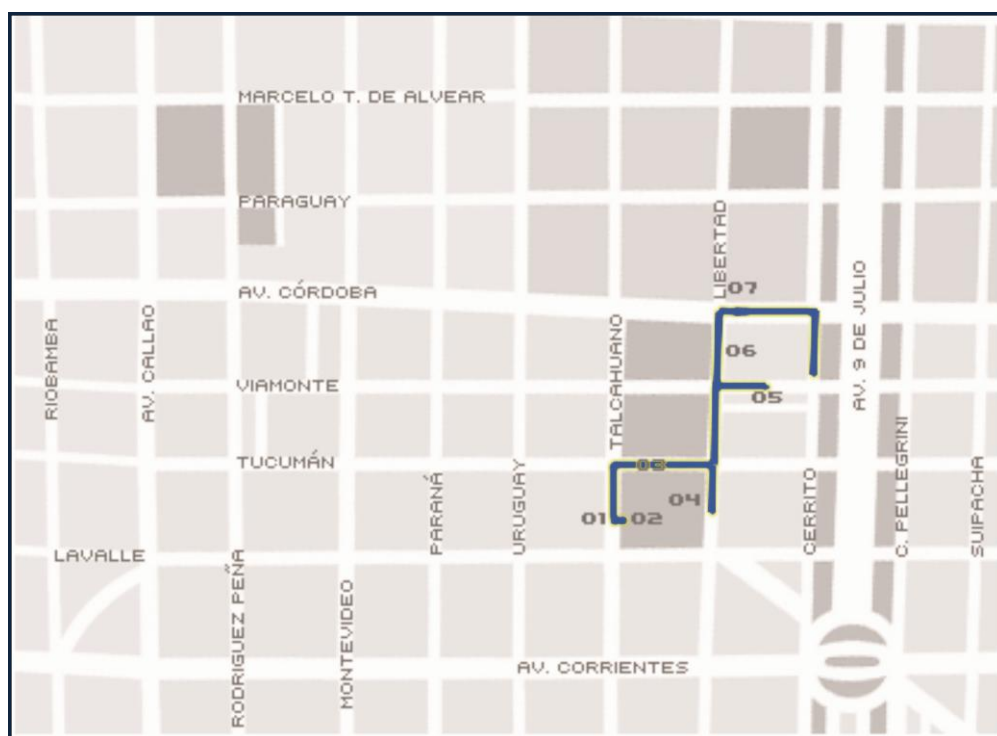
### **Referencias:**

1. Librería Gandhi-Galerna. Avenida Corrientes 1743.
2. Paseo La Plaza. Avenida Corrientes 1660.
3. Teatro Presidente Alvear. Avenida Corrientes 1659.
4. Café La Paz Avenida. Corrientes y Montevideo.
5. Teatro general San Martín. Avenida Corrientes 1530.

6. Centro Cultural San Martín. Sarmiento 1551.
7. Centro Cultural de la Cooperación. Avenida Corrientes 1543.
8. Café La Giralda. Avenida Corrientes 1453.
9. Café El Estaño. Avenida Corrientes y Talcahuano.
10. Teatro Blanca Podestá. Avenida Corrientes 1283.
11. Teatro Lola Membrives. Avenida Corrientes 1280.
12. Confitería el Vesubio. Avenida Corrientes 1181.
13. Obelisco. Avenida Corrientes y 9 de julio.
14. Teatro Nacional. Avenida Corrientes 960
15. Teatro Opera. Avenida Corrientes 860.
16. Teatro Gran Rex. Avenida Corrientes 855.
17. Esquina de tango. Corrientes y Esmeralda.
18. Teatro Maipo. Esmeralda 449.
19. Iglesia Evangélica Metodista. Avenida Corrientes 718.
20. Corrientes 348. Avenida Corrientes 348.
21. Edificio Comega. Avenida Corrientes 222.
22. Palacio del Correo Central. Sarmiento 151.
23. Estadio Luna Park. Avenida Corrientes y Bouchard.

**Mapa 15:** Circuito turístico de la Plaza Lavalle.

Ciudad de Buenos Aires. Año 2009.



Fuente: Ente de Turismo. G.C.B.A.

### **Referencias:**

1. Palacio de Justicia. Talcahuano 550
2. Plaza Lavalle. Lavalle y Libertad.
3. Monumento al Ballet Nacional.
4. Monumento a Lavalle.
5. Teatro Colón. Cerrito 618.
6. Templo de la congregación Israelita Argentina. Libertad 761.
7. Teatro Cervantes. Córdoba 1115.

### **5.2.6 Barrio de Palermo<sup>21</sup>**

Los límites del barrio de Palermo están dados por las calles La Pampa, Avenida Pte. Figueroa Alcorta, Avenida Valentín Alsina, Zabala, Avenida Cabildo, Jorge Newbery, Avenida Crámer, Avenida Dorrego, Avenida Córdoba, Mario Bravo, Avenida Coronel. Díaz, Avenida Gral. Las Heras, Tagle, vías del Ferrocarril Gral. Bartolomé Mitre, Jerónimo Salguero y Avenida Costanera Rafael Obligado. Ley 2329/07.

Este barrio nació como parte de una estancia. Juan Manuel de Rosas en el año 1836 adquirió estas tierras construyendo en ellas su residencia. En 1875 se inauguró el parque Tres de Febrero. Poco después fueron creados el Jardín Botánico y el Jardín Zoológico. El tango se afincó también en Palermo y *Hansen* fue su mitológico escenario, por el tiempo en que aún el arroyo Maldonado se encontraba abierto al cielo. Las esquinas del barrio con el tiempo cobijarían las leyendas de guapos y malevos.

Aquí vivió Jorge Luis Borges, que en *Fundación mítica de Buenos Aires*, afirmó que en una de sus manzanas se había fundado la misma Ciudad de Buenos Aires:

*Una manzana entera pero en mitá del campo  
expuesta a las auroras y lluvias y sudestadas.*

*La manzana pareja que persiste en mi barrio:*

*Guatemala, Serrano, Paraguay, Gurruchaga.*

---

<sup>21</sup> Para la redacción de ese texto acerca del Barrio de Palermo, se emplearon la siguientes fuentes: Toto, C., Marona, I., Estévez, C., (2001), Instituto Histórico de la Ciudad de Buenos Aires (1981), Centro de Documentación Municipal (Buenos Aires) (1980), Cutolo, V., (1998); Dirección General Centro Documental de Información y Archivo Legislativo.

Con la Avenida Del Libertador como arteria principal, presenta la mayor zona arbolada de la ciudad. Su acelerada dinámica de transformación urbana agregó divisiones y sectores a este barrio, denominaciones que se emplean en el lenguaje cotidiano y en los folletos turísticos, tales como *Palermo Chico*, *Palermo Bosques y Lago* y *Palermo Viejo-Hollywood-Soho* pero que no tienen reconocimiento oficial, catastral.

### ***Palermo Chico***

Es una zona residencial, no comercial, cuyo trazado con calles curvas e irregulares y abundantes espacios verdes poblados de especies locales como tipas, jacarandaes, palos borrachos, lapachos y ceibos, fue realizado por el arquitecto Carlos Thays, quien también diseñara el Jardín Botánico en 1912.

El *Barrio Parque* es un sector de Palermo Chico, ubicado sobre la Avenida Figueroa Alcorta, en el que hay un conjunto de lujosos *petits-hoteles* además de edificios de departamentos y confiterías de alta categoría. También es zona de embajadas y museos. El estilo predominante en las edificaciones es el del neoclasicismo francés.

### **Lugares de interés turístico**

- Plaza Grand Bourg e Instituto Sanmartiniano. Arbolada con jacarandaes y tipas, alrededor de esta plaza se encuentran edificios y elegantes mansiones tradicionales, algunas de las cuales son embajadas diplomáticas extranjeras. El Instituto Sanmartiniano fue fundado en 1933.
- Embajada de Bélgica. Rufino de Elizalde 2830. Mansión de estilo neoclásico francés. Es Monumento Histórico Nacional.
- Casa de Victoria Ocampo. Rufino de Elizalde 2831. Construida en 1929. Casa de la escritora argentina Victoria Ocampo. Es Monumento Histórico Nacional.
- Plaza Chile. Avenida del Libertador y Castilla. Tiene esculturas en homenaje a los escritores chilenos y Premios Nobel Gabriela Mistral y Pablo Neruda, y al general O' Higgins quien luchara por la independencia de Chile.
- Palacio Alcorta. Avenida Figueroa Alcorta 3301. Edificio de 1927, y está dividido en departamentos que funcionan como viviendas u oficinas. En la planta baja está el Museo Renault, un complejo que reúne bar y restaurant, salones para eventos y un espacio destinado a la exposición de automóviles. Es Monumento Histórico Nacional
- Canal 7. Figueroa Alcorta y Tagle. Sede del único canal de televisión nacional estatal del país.



- **Mapa 16:** Circuito turístico de Palermo Chico.  
Ciudad de Buenos Aires. Año 2009.



*Fuente: Ente de Turismo. G.C.B.A.*

### Referencias:

1. Canal 7. Figueroa Alcorta y Tagle.
2. Barrio-Parque. Entre Avenida del Libertador, Tagle, Salguero y Juez Tedín.
3. Monumento "El Arquero de San Sebastián". Avenida del Libertador y Mariscal R. Castilla.
4. Instituto Sanmartiniano Plaza Grand Bourg.
5. Casa de Victoria Ocampo y Embajada de Bélgica. Rufino Elizalde 2831.
6. Plaza Chile y sus esculturas. Avenida Del Libertador y Castilla.
7. Museo Nacional de Arte Decorativo. Avenida del Libertador.
8. Museo de Arte Popular José Hernández. Avenida del Libertador 2373.
9. Palacio Alcorta. Avenida Figueroa Alcorta 3301.
10. Museo de Arte Latinoamericano de Buenos Aires Malba. Avenida Figueroa Alcorta 3415.

## ***Palermo Bosques y Lago***

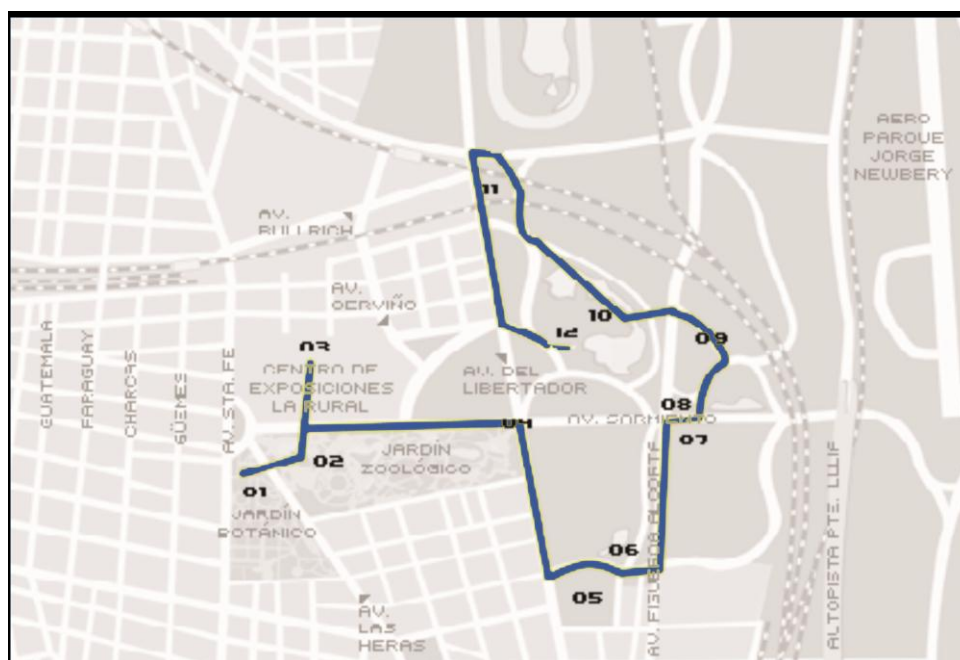
### **Lugares de interés turístico**

- Bosque de Palermo. Avenida del Libertador y Avenida Sarmiento. Es un área verde de 25 hectáreas, con lago artificial rodeado de glorietas y vegetación arbórea. Fue el primer parque que tuvo la ciudad 1875, con posteriores ampliaciones entre 1892 y 1913. Durante los fines de semana las calles son de uso peatonal exclusivo. Desde 1914, dentro del parque se encuentra El Rosedal, un jardín con variedad de rosales. Sus atractivos más importantes son el Patio Andalúz construido en 1929, obsequio de la ciudad española de Sevilla, la Glorieta cubierta de rosales trepadores y el Puente Blanco construcción de madera que atraviesa el lago. En el centro del Rosedal se encuentra El Jardín de los Poetas, con bustos de William Shakespeare, Alfonsina Storni, Dante Alighieri, Federico García Lorca, Antonio Machado y Jorge Luis Borges, entre otros. En el mismo parque se encuentra el Museo de Artes Plásticas Eduardo Sívori, que se especializa en arte argentino del siglo XIX y XX. Es monumento Histórico Nacional.
- Lo de Hansen. Avenida Sarmiento y Figueroa Alcorta. Entre 1895 y 1910 fue el lugar nocturno más popular de Buenos Aires.
- Planetario Galileo Galilei. Avenida Belisario Roldán y Avenida Sarmiento, construido en 1966. Es Monumento Histórico Nacional. Bien de interés cultural.
- Jardín Japonés. Avenida Carlos Casares y Avenida Figueroa Alcorta. Donación de la Asociación Japonesa de Buenos Aires en el año 1979. Reproduce un jardín tradicional japonés, con un lago, cascada, jardín seco, un espacio para meditación, casa de té donde se realizan exposiciones de artesanías orientales, y un restaurante. El Jardín aloja exposiciones y talleres vinculados a la cultura japonesa. Es Monumento Histórico Nacional.
- Plaza Italia. Avenidas Santa Fe, Sarmiento y General Las Heras. Plaza semiovalada, en la que se encuentra el monumento a Giuseppe Garibaldi, donado por la colectividad italiana en 1904. A su alrededor se encuentran las entradas al Predio Ferial de la Sociedad Rural Argentina, al Jardín Zoológico y al Jardín Botánico. Los fines de semana funciona una feria artesanal y de libros usados. En los alrededores de la plaza estacionan los *mateos*, carruajes de caballos que realizan paseos turísticos.

- Predio de la Sociedad Rural Argentina. Avenida Sarmiento y Avenida Santa Fe. Desde 1886 es el centro de exposiciones ganadera más importante del país. En sus 45.000 m2 cubiertos y cuatro salas de conferencias, todos los años se organiza “La Rural”, una de las ferias ganaderas más importantes del mundo. Es Monumento Histórico Nacional.
- Jardín Zoológico. Avenida Sarmiento, Avenida del Libertador, Avenida General Las Heras y la calle República de la India. Fundado en 1875, alberga ejemplares de la fauna autóctona y exótica, en los distintos pabellones que reproducen el hábitat natural de cada especie. Es Monumento Histórico Nacional.
- Jardín Botánico. Avenida Santa Fe 3951. En una superficie de casi ocho hectáreas cuenta con entre 5.000 y 6.000 especies de plantas. La flora argentina recibe el lugar más importante, con especies características de cada provincia. Otras secciones están destinadas a la flora de cada continente. Cuenta con invernáculo, biblioteca, el Museo Botánico, y la Escuela Municipal de Jardinería, además de senderos para caminar y contemplar la vegetación. Es monumento Histórico Nacional.
- Columna Persa. Avenida Figueroa Alcorta y Avenida Sarmiento. Réplica de las columnas del Palacio de Persépolis. Es un obsequio del gobierno iraní.
- Hipódromo Argentino. Avenida del Libertador y Avenida Dorrego. Inaugurado en 1876. Su edificio central es de estilo *Belle Epoque*.
- Campo Argentino de Polo. Aquí se juega cada noviembre el Campeonato Abierto de la República, o Argentino de Polo, además de variados torneos y exhibiciones. El polo fue introducido por los inmigrantes de origen inglés en 1870.
- Centro Cultural Islámico Rey Fahd. Avenida Intendente Bullrich y Cerviño. Se inauguro en el año 2000. Cuenta en su interior con un colegio, salas de exposiciones y conferencias, museo, biblioteca y dos mezquitas islámicas.
- Monumento de los Españoles. Avenida Sarmiento y Avenida del Libertador. Donado en 1910 por la colectividad española.
- *Las Cañitas* es otro sector no oficial catastralmente, pero ampliamente reconocido por concentrar restaurantes y bares temáticos. Originalmente era un lugar de casas quintas con grandes jardines, pero un proceso de reciclado trasformó los espacios verdes y la tranquilidad del sector en uno de los principales centros gastronómicos de la ciudad, con intenso movimiento diurno y nocturno.

**Mapa 17:** Circuito turístico de Palermo Bosques.

Ciudad de Buenos Aires. Año 2009.



Fuente: Ente de Turismo. G.C.B.A.

**Referencias:**

1. Jardín Botánico. Avenida Santa Fe 3951 y Avenida Las Heras.
2. Zoológico de Buenos Aires. Avenida Las Heras y Avenida Sarmiento.
3. Sociedad Rural Argentina. Avenida Sarmiento y Avenida Santa Fe.
4. Monumento de los Españoles. Avenida Sarmiento y Avenida del Libertador.
5. Plaza Alemania. Avenida del Libertador, Avenida Casares, Castex y Cavia.
6. Jardín japonés. Avenida Carlos Casares y Avenida Figueroa Alcorta.
7. Columna persa. Avenida Figueroa Alcorta y Avenida Sarmiento.
8. Parque Tres de Febrero. Avenida del Libertador y Avenida Sarmiento.
9. Planetario Galileo Galilei. Avenida Belisario Roldán y Avenida Sarmiento.
10. Los lagos. Avenida Infanta Isabel y Avenida Iraola.
11. Hipódromo Argentino de Palermo. Avenida del Libertador al 4100.
12. Rosedal Avenida Infanta Isabel. Iraola y Presidente P. Montt.

### ***Palermo Viejo-Hollywood-Soho***

Desde Plaza Italia hacia el oeste, *Palermo Viejo* es la parte más antigua del Barrio de Palermo, en que actualmente destaca una zona llamada *Palermo Soho* en alusión al conocido barrio Soho de Nueva York ocupada por tiendas de arte, diseño, antigüedades, indumentaria y decoración, asentadas sobre casas recicladas, de las que se conservan las fachadas y los ambientes y techos.

También hay otro sector, llamado *Palermo Hollywood*, en que se ubican estudios de cine y televisión, productoras y radios.

La zona se distingue por sus bares y por la calidad de sus restaurantes de cocina internacional y étnica, y platos de autor. Los establecimientos gastronómicos se destacan por sus diferentes estilos, algunos con decoraciones extravagantes y futuristas.

#### **Lugares de interés turístico**

- Calle Jorge Luis Borges. Es una típica calle de barrio. El escritor Jorge Luis Borges nació el 24 de agosto de 1899 en el centro de la ciudad, pero dos años más tarde, su familia se mudaría al número 2135 de esta calle. La vivienda no se conserva. Borges vivió en Palermo hasta 1914.
- Plaza Julio Cortázar. Costa Rica, Godoy Cruz, Malabia y Gorriti. Es el centro de Palermo Soho. En sus alrededores hay bares, restaurantes, librerías, talleres de artistas, comercios de muebles, de accesorios y de ropa.
- Pasaje Darwin. En este pasaje funciona todos los fines de semana una feria de artes plásticas y artesanías, y se realizan actividades culturales, y espectáculos callejeros.

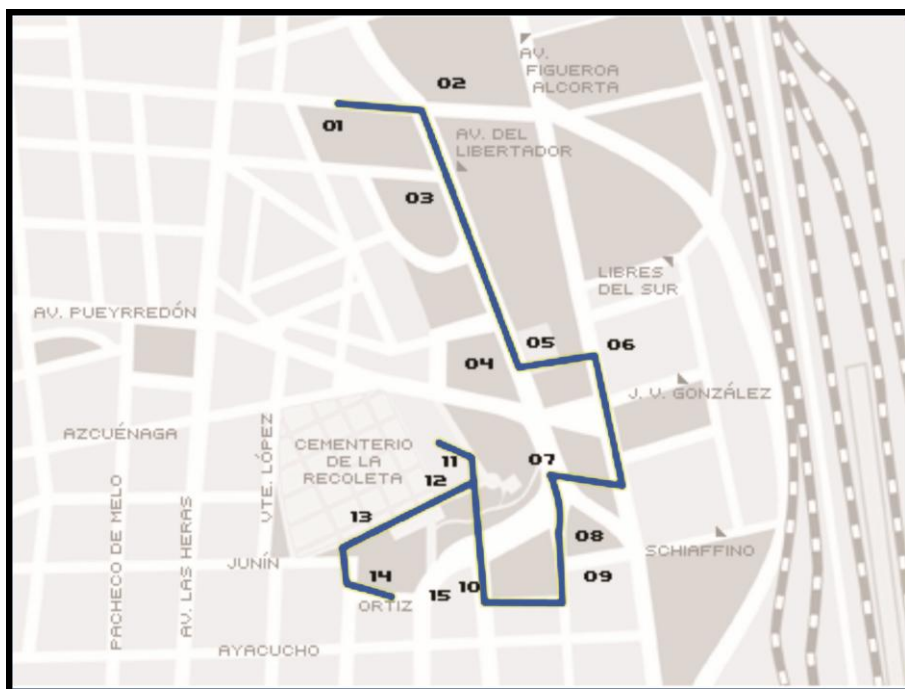
#### **Museos, Bares y Cafés Notables**

**Museos:** Casa de Alfredo Palacios, Museo y Biblioteca Casa de Evaristo Carriego, del Automóvil Club Argentino, Museo del Regimiento de Infantería N° 1 Patricios de Buenos Ayres, Museo Evita, Histórico del Regimiento de Granaderos a Caballo General San Martín, Nacional del Hombre del Instituto Nacional de Antropología y Pensamiento Latinoamericano, del jardín Botánico Carlos Thays, del Planetario de la Ciudad de Buenos Aires “Galileo Galilei”, de Motivos Argentinos “José Hernández”, de Artes Plásticas Eduardo Sívori. Museo Xul Solar, Museo Metropolitano, Nacional de Arte Decorativo. Centro Cultural Tadrón, de Arte Latinoamericano de Buenos Aires Malba.

**Bares y Cafés Notables:** El Preferido de Palermo. Café Nostalgia.

#### **Mapa 18:** Circuito turístico de Palermo Viejo, Soho y Hollywood.

Ciudad de Buenos Aires. Año 2009.



Fuente: Ente de Turismo. G.C.B.A

### **Referencias:**

1. Plaza Italia. Santa Fe al 4000.
2. Zoológico de Buenos Aires. Las Heras y Sarmiento.
3. Jardín Botánico. Santa Fe 3951.
4. La Rural. Santa Fe y Sarmiento.
5. Calle Jorge Luis Borges.
6. Plaza Julio Cortázar. Jorge Luis Borges y Honduras.
7. Pasajes de Palermo Soho Russel Serrano al 1600, Santa Rosa Serrano al 1700, Soria Serrano al 1800.
8. Pasaje Darwin.
9. Palermo Hollywood. Entre Juan B. Justo, Santa Fe, Niceto Vega y Dorrego.

### ***Palermo, sector Costanera Norte***

Este sector, que se extiende por la Avenida Costanera Rafael Obligado desde Ricardo Güiraldes hasta Dársena F, es un amplio centro gastronómico y recreativo a lo largo de la costanera del río. Posee un malecón sobre el Río de la Plata.

### **Lugares de interés turístico**

- En Avenida Rafael Obligado 4550 se encuentra el Museo Nacional de Aeronáutica.
- En materia gastronómica esta zona es conocida por los *carritos*, una franja de restaurantes donde se preparan carnes argentinas y platos internacionales.
- En esta zona se encuentra el Parque Temático Tierra Santa y el Museo del Regimiento Granaderos a Caballo General San Martín (Avenida Luis María Campos 554), donde se guardan reliquias del General José de San Martín. También se encuentran óleos de principios del siglo XIX, uniformes, armas y fotos antiguas, entre otras piezas. Es monumento Histórico Nacional.

### **5.2.7 Barrio Puerto Madero<sup>22</sup>**

El barrio de Puerto Madero está delimitado: Sendero portuario interno (sin denominación oficial) paralelo al Malecón del Canal Norte de la Dársena Norte, Avenida Costanera Intendente Hernán M. Giralt, carril norte del Boulevard Cecilia Grierson (entre la Avenida Antártida Argentina y Dársena Norte), Boulevard Cecilia Grierson, Avenida Eduardo Madero, Avenida Ingeniero Huergo, carril suroeste de la Avenida Ingeniero Huergo (entre Juan de Garay y Brasil), prolongación virtual a Avenida Elvira Rawson de Dellepiane, Avenida Elvira Rawson de Dellepiane hasta intersección con el paredón de la Costanera Sur, paredón de la Costanera Sur, límite catastral sur de la Reserva Ecológica, Río de la Plata. (Ley 2329/07).

Se creó en 1991, a partir de las tareas de recuperación de la antigua zona del Puerto de Buenos Aires: es una angosta tira urbanizada que incluye cuatro diques y un paseo peatonal que conduce entre los antiguos *docks*, reciclados conservando su arquitectura original industrial inglesa de principios del siglo XX ladrillo a la vista, vigas de hierro fundidas, pero que cambiaron sus funciones hacia una actividad recreativa convertidos en lujosos restaurantes, oficinas, dos hoteles de 5 estrellas, y una zona residencial.

---

<sup>22</sup> Para la redacción de ese texto acerca del Barrio de Palermo, se emplearon las siguientes fuentes: Borja, J. y Castell M., (1997); Centro de Documentación Municipal (Buenos Aires) (1980), Cutolo, V., (1998); Dirección General Centro Documental de Información y Archivo Legislativo.

Este nuevo barrio se convirtió rápidamente en atractivo turístico por sus 16 *docks* reciclados, los espacios verdes públicos y la *Reserva Ecológica* conforman un espacio que posibilita alternativas de recreación, amplia oferta de gastronomía, salas de cine, discotecas, centros comerciales, y hoteles de 5 estrellas, todo de la mayor categoría, en un ambiente de alto nivel de seguridad, y muy cercano al centro de la ciudad. Como residencial, es el último de los barrios conformados de la Ciudad de Buenos Aires y posiblemente de los más modernos en el aspecto arquitectónico. Las calles del barrio llevan los nombres de mujeres latinoamericanas de reconocida trayectoria y cuentan con *boulevares* peatonales arbolados.

### ***Lugares de interés turístico***

#### **Dique uno**

- Edificio Malecón. Construido en 1998 por HoK international /Est Aisenson. Es un edificio de oficinas inteligentes, con instalaciones comerciales, diseñado para ofrecer un espacio comercial y de oficinas de avanzada tanto para Buenos Aires como para el mercado internacional. El proyecto comprende una torre de 12 pisos.
- Casino Buenos Aires. También denominado *Casino Flotante*, funciona las 24 horas, a bordo de una embarcación.

#### **Dique dos**

- Porteño Building. Edificio reciclado de veinticinco naves y quince mil quinientos metros cuadrados que fue construido en año 1902. En sus comienzos el edificio fue emplazado como silo granero, y transformado por el arquitecto francés Philippe Starck en setenta y nueve departamentos de categoría, un hotel con *spa*, una *discoteca* y una galería de arte.
- Parroquia Nuestra Señora de la Esperanza. Templo inaugurado en 1996, diseñado por los arquitectos Poli, Casano y Zubillaga.
- Museo de Calcos. El edificio es de fines del siglo XIX.
- Fuente de las Nereidas. Obra de la escultora Lola Mora. Monumento Histórico Nacional.

#### **Dique tres**

- Museo Fragata Sarmiento. Es el primer *buque escuela* de la Armada Argentina. Conserva su mobiliario original, y ofrece testimonios fotográficos de época, mapas, banderas, uniformes, etc.



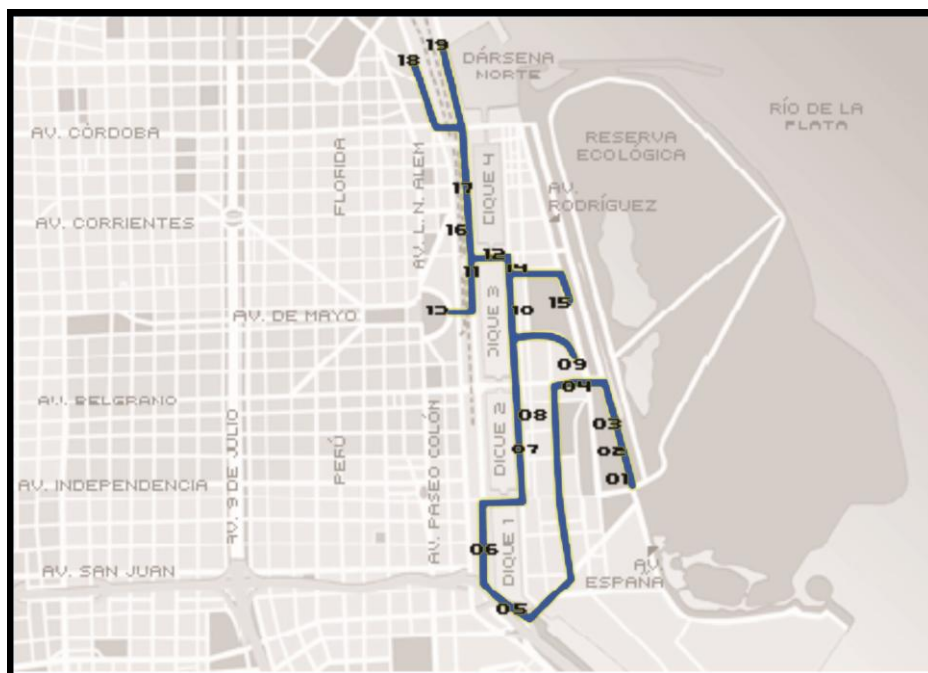
- Puente de la Mujer. Puente peatonal y giratorio para el paso de embarcaciones. Es obra del arquitecto Santiago Calatrava. Representa en la abstracción, una pareja que baila tango.
- Hotel Hilton. Construido en diseño contemporáneo, ofrece 414 habitaciones con altos estándares de calidad y confort, dos pisos ejecutivos, equipamiento tecnológico de avanzada y más de 5000 metros cuadrados de salones para convenciones.
- Ex Cervecería Múnich. Edificio inaugurado en diciembre de 1927. Recuperado para la ciudad en septiembre de 2004, funciona la sede de la *Dirección General de Museos del Gobierno de la Ciudad*.

### **Dique cuatro**

- Yacht Club Puerto Madero. De estilo arquitectónico modernista vincula una torre-faro con un edificio con terraza y mirador sobre el Río de la Plata.
- Museo Corbeta Uruguay. Conserva gran parte de su mobiliario original. Monumento Histórico Nacional
- Edificio Telecom. Edificio institucional de la empresa de telecomunicaciones.
- Reserva Ecológica Costanera Sur. De 353 hectáreas de extensión. Es un espacio verde en que se desarrolla el ambiente ecológico característico del delta y de la ribera del Río de la Plata: entre lagunas y bañados puede observarse una variedad de especies vegetales como cortaderas, pastizales, malezas, sauces, alisos, álamos, y animales, en especial más de cien especies de aves patos, garzas, zorzales y tijeretas. Posee un centro de interpretación, un recorrido por distintos senderos, y las noches de luna llena se realizan visitas guiadas.
- Costanera Sur. Antiguo balneario inaugurado en 1918. Fue paseo de los porteños durante las décadas de treinta, cuarenta y cincuenta, y posee una espaciosa rambla, escalinatas al río, pérgola y espigón. Recientemente se repuso vegetación faltante, replantando álamos y otras especies. Se reacondicionaron los caminos peatonales y se delineó una bici-senda. La acera costera fue reconstruida guardando el estilo de época, bancos e iluminación. Se construyeron áreas de juegos, diferenciadas por edades. Aquí se encuentran los clásicos *carritos* de comidas rápidas, además de restaurantes y parrillas en donde pueden degustarse los típicos *choripán* (bocadillos de chorizo), y *asado* (barbacoa). Toda el área es frecuentada los fines de semana. En su anfiteatro se realizan espectáculos al aire libre.

**Museos:** Museo de Aduana y Puerto, Buque Museo fragata Presidente Sarmiento, Buque Museo Corbeta A.R.A. Uruguay, Centro de Museos de Buenos Aires.

**Mapa 19:** Circuito turístico del Barrio Puerto Madero.  
Ciudad de Buenos Aires. Año 2009.



*Fuente: Ente de Turismo. G.C.B.A.*

#### **Referencias:**

1. Escuela de Bellas Artes de la Cárcova. Tristan Achával Rodríguez 1701.
2. Fuente de las Nereidas. Tristan Achával Rodríguez 1600.
3. Reserva Ecológica. Tristan Achával Rodríguez 1550.
4. Costanera sur. Azucena Villaflor y Tristan Achával Rodríguez.
5. Edificio Malecón. Dique 1.
6. Iglesia Nuestra Señora de la Esperanza. Dique 2.
7. Molino Porteño. Dique 2.
8. Monumento al Tango. Dique 2.
9. Buque Museo Fragata Sarmiento. Dique 3.
10. Puente de la Mujer. Dique 3.
11. Monumento a Cristóbal Colón y Parque Colón. Avenida de La Rábida.
12. Hilton Buenos Aires. Dique 3.
13. Antena Monumental o Mástil de los Italianos. Avenida de los Italianos y Güemes.
14. Estación Puerto Madero. Perón y Avenida Alicia Moreau de Justo.
15. Buque Museo Corbeta Uruguay. Dique 4.
16. Yacht Club Puerto Madero. Dique 4.
17. Centro de Información Turística. Dique 4.
18. Yacht Club Puerto Argentino.
19. Edificio Bank Boston. Della Paolera 265.

### 5.2.8 Barrio de La Boca<sup>23</sup>

El **Barrio de La Boca** se encuentra ubicado entre las avenidas Regimiento de Patricios, Martín García, Paseo Colón, Brasil, y Elvira Rawson de Dellepiane, paredón de la Costanera Sur, el límite catastral sur de la Reserva Ecológica, el Río de la Plata, el Riachuelo, y la prolongación virtual de Avenida Regimiento de Patricios.

Desde los primeros tiempos La Boca del Riachuelo fue el puerto natural de Buenos Aires, y a pesar de ofrecer inconvenientes (poca profundidad, bancos de arena, etc.), continuó siéndolo hasta fines del siglo XIX. Esta zona anegadiza impidió durante mucho tiempo el asentamiento habitacional. En épocas de la Colonia española era una zona de barracones para los esclavos negros, y barracas muy humildes donde se almacenaban diferentes productos, se curtían cueros etc. El nuevo puerto, se construyó más al norte, y llevó al progresivo deterioro del Riachuelo. De todas formas sigue siendo el símbolo del **Barrio de La Boca**.

Ya en los años 1830 se conocía la existencia de genoveses en La Boca. A fines del siglo XIX, La Boca ya era un barrio en el que había una fuerte presencia italiana, con predominio de genoveses, y paulatinamente va tomando rasgos propios. Por ejemplo, sus vecinos hablaban *xeneizes*, el dialecto genovés, y actualmente se los conoce aún como *xeneizes*. Aunque posteriormente se asentaron inmigrantes de otros países (griegos, polacos, ingleses y turcos), eran tantos los italianos, que en 1882 un grupo de genoveses firmó un acta que enviaron al rey de Italia comunicándole que habían constituido la República de La Boca. Inmediatamente, el entonces presidente argentino, Don Julio A. Roca hizo quitar la bandera genovesa izada en el lugar y puso fin al conflicto. Editaron diarios, fundaron clubes deportivos y culturales.

En sus orígenes los inmigrantes construyeron casas de chapas de metal acanaladas, montadas muchas veces sobre pilotes o cimientos altos debido a las frecuentes inundaciones, y pintadas con colores brillantes. Esta arquitectura es la que da su imagen actual a La Boca. El *conventillo* fue uno de los tipos de vivienda que se desarrolló en este barrio, que hoy constituye un atractivo turístico.

---

<sup>23</sup> Para la redacción de el texto acerca del Barrio de La Boca, se emplearon las siguientes fuentes: Toto, C., Marona, I., Estévez, C., (2001), Korn, F. (2004); Instituto Histórico de la Ciudad de Buenos Aires (1981), Centro de Documentación Municipal (Buenos Aires) (1980), Cutolo, V., (1998); Devoto, F. (2004); Dirección General Centro Documental de Información y Archivo Legislativo.

Zona portuaria y proletaria, su mayor exponente artístico es Benito Quinquela Martín, un pintor que reflejó las tareas del puerto y la vida cotidiana de su gente en estilo neoimpresionista. Fue quien llevo adelante los trabajos de pintura en el Barrio. En la actualidad esos colores lucen con más brillo y estridencia siendo un efecto buscado para resaltar el sector turístico del barrio.

### ***Lugares de interés turístico***

- Mural escenográfico. Muestra una escena del barrio en la que aparecen Diego Maradona (futbolista), Aníbal Troilo (bandoneonista), y Benito Quinquela Martín (pintor).
- Casa Amarilla. Réplica de la casa del Almirante Guillermo Brown (creador las fuerzas navales argentinas). En su interior funciona el Departamento de Estudios Históricos Navales y el Instituto Browniano; posee una biblioteca y un salón de usos múltiples.
- Iglesia Nuestra Señora de los Inmigrantes. Rinde homenaje a todos los inmigrantes que llegaron a la Argentina y, en particular, a La Boca. Se construyó con el aporte de inmigrantes de distintas nacionalidades, a fines del siglo XIX.
- Torre del Fantasma. Es un edificio cuyo lenguaje arquitectónico está emparentado con el modernismo catalán, y en que su cúpula se convierte en una especie de mirador cerrado. Una leyenda vincula a esta residencia con la existencia de un personaje fantasmagórico que merodeaba en lo alto de la torre.
- Pizzería Bancharo. Fundada en 1932 por Agustín Bancharo, un inmigrante genovés y vecino del barrio, es una de las pizzerías más tradicionales de Buenos Aires, con varias sucursales.
- Iglesia San Juan Evangelista. La primitiva iglesia comenzó a funcionar en 1859. El templo actual se inauguró en 1886.
- Cuartel de Bomberos Voluntarios. Creado en el año 1884. Los bomberos tuvieron una actuación fundamental durante las epidemias de fiebre amarilla y en las periódicas inundaciones producidas por el desbordamiento del Riachuelo.
- Estadio del Boca Juniors. Uno de los dos clubes más populares de la República Argentina, inaugurado en el año 1940.
- Museo de Cera. recrea escenas del barrio y la zona desde sus orígenes hasta nuestros días. Las obras pertenecen a su fundador, el escultor Domingo Tellechea.
- Bar La Perla. De larga tradición, ubicado en una zona de galerías de arte, anticuarios y salas de exposición.

- Calle Museo Caminito. En 1959, la calle Caminito se convirtió en un museo a cielo abierto y sin puertas: es un paseo peatonal de 100 metros de extensión, cuyo nombre se le adjudicó por el título del tango de Peñalosa y Filiberto, del año 1926.
- Plazoleta Bomberos Voluntarios. Plaza con anfiteatro.
- Fundación Proa. Institución sin fines de lucro que fomenta los proyectos culturales de arte contemporáneo. Aloja importantes exhibiciones internacionales y realiza ciclos y conferencias sobre arte actual.
- Vuelta de Rocha. Plazoleta con forma de barco, anteriormente llamada “de los suspiros”. Se dice que fue lugar de reunión de los inmigrantes genoveses.
- Escuela Pedro de Mendoza y Museo Quinquela Martín. Edificio donado por Quinquela Martín, alberga una escuela primaria, un museo de arte argentino y la vivienda y taller del pintor.
- Teatro de La Ribera. Se inauguró en 1971 y puede alojar 700 espectadores. Se construyó en terrenos donados por Quinquela Martín. Él mismo participó en la creación del teatro.
- Antiguo Puente Trasdador. Puente inaugurado por la compañía Ferrocarriles del Sur en 1914. Su estructura es de hierro. El puente primitivo colgaba de un armazón reticulado rígido articulado al carro superior. Lo usaban peatones, carros y tranvías.

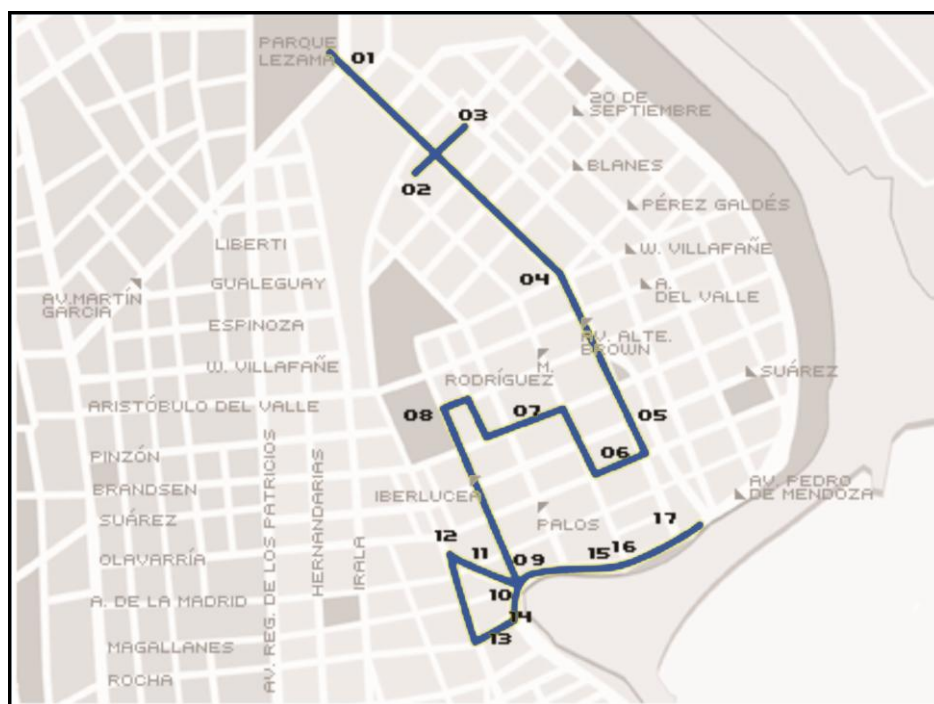
### **Museos, Bares y Cafés Notables**

**Museos:** de Bellas Artes de La Boca Quinquela Martín, Histórico de Cera, de Bellas Artes al Aire Libre: Caminito, de Calcos y Esculturas Comparadas Ernesto de La Cárcova, de la Pasión Boquense, Museo Histórico y de las Tradiciones Populares de La Boca, Casa Taller Celia Chevalier, Museo Conventillo histórico El Rincón de Lucía, Museo Memorias de San Juan Evangelista.

**Bares y Cafés Notables:** La Perla, La Buena Medida, Bar El Estaño.

**Mapa 20:** Circuito turístico del Barrio de La Boca.

Ciudad de Buenos Aires. Año 2009.



Fuente: Ente de Turismo. G.C.B.A.

**Referencias:**

1. Mural escenográfico. Almirante Brown 36.
2. Casa Amarilla. Almirante Brown 401.
3. Iglesia Nuestra Señora de los Inmigrantes. Necochea 312.
4. Torre del Fantasma. Almirante Brown y W. Villafañe.
5. Pizzería Bancharo. Almirante Brown 1200.
6. Iglesia San Juan Evangelista. Olavarría 480.
7. Cuartel de Bomberos Voluntarios. Brandsen 567.
8. Estadio Boca Juniors. Brandsen 805.
9. Museo de Cera. Del Valle Iberlucea 1261.
10. Bar La Perla. Magallanes y Del Valle Iberlucea.
11. Calle Museo Caminito.
12. Plazoleta Bomberos Voluntarios. Lamadrid y Garibaldi.
13. Fundación Proa. Avenida Pedro de Mendoza 1929.
14. Vuelta de Rocha. Avenida Pedro de Mendoza y Del Valle Iberlucea.
15. Escuela Pedro de Mendoza y Museo Quinquela Martín. Avenida Pedro de Mendoza 1835.
16. Teatro de La Ribera. Avenida Pedro de Mendoza 1821.
17. Antiguo Puente Traslador. Avenida Pedro de Mendoza Y Almirante Brown.

### 5.2.9 Barrio de Balvanera<sup>24</sup>

Este barrio tiene sus límites en las avenidas Independencia, Entre Ríos, Callao, Córdoba, y Díaz Vélez, y las calles Sánchez de Bustamante, Sánchez de Loria, y Gallo.

Sus orígenes se sitúan en la segunda mitad del siglo XVIII, cuando se construyó un hospicio que serviría de albergue a misioneros franciscanos. Se sabe que ya en 1807, junto al hospicio, se estaba levantando la primitiva Iglesia de Nuestra Señora de Balvanera y que ya se había terminado en 1810 (aunque se ignora la fecha exacta de su inauguración). El 1º de Abril de 1833, se erigió la nueva Parroquia de Nuestra Señora de Balvanera, lo que se considera como un acto fundacional, ya que a partir de entonces, lo que era sólo el nombre de una pequeña capilla, se transformará en la denominación de una zona de la ciudad.

Es el barrio de los comercios, de los medios de transportes (muchas líneas de transporte público de pasajeros tienen sus terminales en la Plaza Miserere), de los mayoristas, y de las ocasiones, el barrio del gentío, que en las horas pico se llena de transeúntes. La cantidad de puestos callejeros lo hace muy diferente al resto de los barrios, ya que parece un mercado persa, o una típica ciudad latinoamericana. En las avenidas abundan negocios de todo tipo, aunque prevalecen los textiles, donde se puede comprar al por mayor y menor. El tránsito es desordenado y hay carga y descarga de la mercadería, casi a cualquier hora. Es un barrio esencialmente judío, donde la colectividad hebrea ha desarrollado su actividad comercial desde los principios del siglo XX. En los últimos años una importante cantidad de coreanos se ha asentado en este barrio. Se escuchan aún hoy distintos idiomas y dialectos.

El barrio de Balvanera es muy heterogéneo pues presenta distintos sectores, algunos de los cuales se han transformado popularmente en “barrios” (aunque sin existencia oficial): “barrio” del Abasto, “barrio” del Congreso, y “barrio” del Once.

Por “**El Abasto**” se conoce a la zona del barrio de Balvanera que rodeaba al antiguo Mercado de Abasto, zona que hoy ocupa el *Shopping Abasto*. Incluye parte del barrio (oficial) de Almagro.

“**Congreso**” es la zona vecina al Congreso de la Nación, que incluye parte de dos barrios de existencia oficial: el de Montserrat (al que corresponde la Plaza del Congreso) y el de Balvanera (al que corresponde el Palacio del Congreso).

---

<sup>24</sup> Para la redacción de ese texto acerca del Barrio de Balvanera, se emplearon las siguientes fuentes: Toto, C., Marona, I., Estévez, C., (2001), Instituto Histórico de la Ciudad de Buenos Aires (1981), Centro de Documentación Municipal (Buenos Aires) (1980), Cutolo, V., (1998); Dirección General Centro Documental de Información y Archivo Legislativo.

“**Once**” es otro sector del barrio de Balvanera, que se caracteriza por la concentración de comercios de ofertas a precios bajos, con fuerte presencia de la colectividad judía, y varias sinagogas. Actualmente también se nota la presencia de coreanos y peruanos.

### ***Museos, Bares y Cafés Notables***

**Museos:** Museo Casa Carlos Gardel, Museo Casa Houssay, de Farmacobotánica Juan A. Domínguez de la Universidad de Buenos Aires, de la Deuda Externa, de los Niños, del Colegio De La Salle de Buenos Aires Hermano Esteban, del Colegio San José, del Patrimonio Histórico, Histórico de la Honorable Cámara de Diputados, Museo Casa Batatópolis.

**Cafés Notables:** Café El Banderín, 12 de Octubre, Las Violetas.

### ***“Barrio” del Abasto***

Es la zona del barrio de Balvanera que rodeaba al antiguo Mercado de Abasto, actualmente transformado en el *Shopping Abasto*, que se inauguró en 1998, y es uno de los centros comerciales más grandes de la Capital. El Mercado del Abasto se encuentra en la manzana formada por la Avenida Corrientes y las calles Anchorena, Lavalle y Agüero, y fue, entre 1889 y 1984, el mayor centro de distribución de alimentos perecederos de Buenos Aires. El edificio, mezcla de clásico y moderno, fue hacia fines de 1800 el núcleo alrededor del cual se desarrolló un barrio de los más típicos y pintorescos, poblado con carros tirados por caballos que traían la carga de frutas y verduras; changarines; obreros, vendedores. Las casas y edificios que crecieron alrededor le dieron el perfil que aún hoy conserva.

Aquí creció Carlos Gardel, conocido como “El Morocho del Abasto”, que vivió en una vieja casona de la calle Jean Jaures 735, a una cuadra del mercado y a metros del actual pasaje Carlos Gardel.

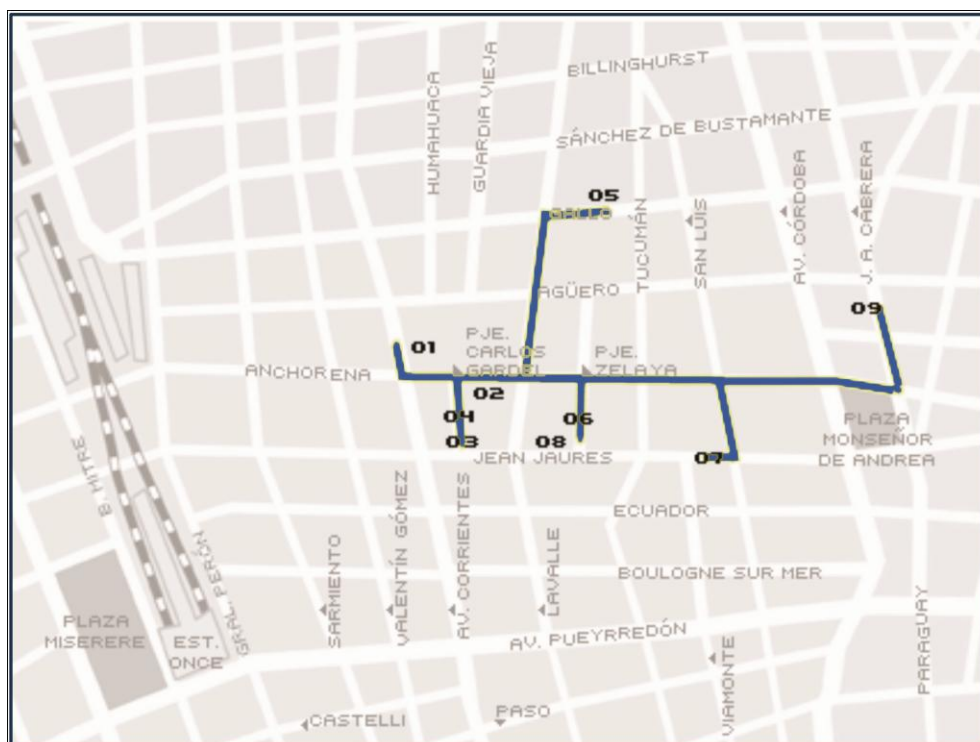
En 1998 culminó el proceso de reciclaje y restauración del edificio y se convirtió en un *shopping*, unido bajo tierra a su propia estación de subterráneo (Carlos Gardel). El centro comercial cuenta con locales comerciales, patio de comidas; un complejo de cines, área de entretenimientos y estacionamiento. Posee una plaza cubierta y el Museo de los Niños, una réplica de Buenos Aires en miniatura. Todo el barrio se transformó a partir de este emprendimiento que mantiene la tradición de Gardel. Con una calle dedicada al cantor, convertida en el 2000 en peatonal y donde se ha colocado un monumento al canto. Funciona un bar y restaurante temáticos, Viejo Bar Chanta Cuatro. También se encuentra aquí el primer hotel temático de Buenos Aires: el Abasto Plaza Hotel.



El Pasaje Zelaya ofrece en sus paredes retratos de Carlos Gardel, y letras y partituras de algunos de sus tangos, como “Golondrinas” y “Melodía de arrabal”.

**Mapa 21:** Circuito turístico del Barrio del Abasto.

Ciudad de Buenos Aires. Año 2009.



Fuente: Ente de Turismo. G.C.B.A.

**Referencias:**

1. Mercado de Abasto. Corrientes 3200.
2. Bar el Progreso. Anchorena 529.
3. Pasaje Carlos Gardel.
4. Viejo Bar Chanta Cuatro-esquina Carlos Gardel. Pasaje Carlos Gardel 3200.
5. Vivienda de Luca Prodan. Calle Gallo 492.
6. Pasaje Zelaya.
7. Paseo del fileteado. Jean Jaurés al 700.
8. Museo Casa Carlos Gardel. Jean Jaurés 735.
9. Casa Natal de Aníbal Troilo. Cabrera entre Anchorena y Agüero.

## 5.3 La demanda turística de Buenos Aires

En este apartado se estudia la demanda turística de Buenos Aires: en primer lugar, la de turistas provenientes del exterior, y luego, la demanda interna. En cada caso, se analiza la cantidad y procedencia de los turistas, el tipo de alojamiento que ocupan, el motivo del viaje, los gastos que efectúan, y las actividades que realizan.

### 5.3.1 La demanda externa

En el año 2009, ingresaron a Buenos Aires 2.399.242 personas del exterior, con la siguiente distribución trimestral, que muestra una escasa estacionalidad.

**Tabla 33:** Cantidad de Turistas Extranjeros por trimestre.  
Ciudad de Buenos Aires. Año 2009.

ORIGEN	TOTAL DE TURISTAS
1º Trimestre	639.830
2º Trimestre	558.498
3º Trimestre	627.663
4º Trimestre	573.251
TOTAL	2.399.242

*Fuente: Área de estudios de Mercado y Estadísticas Turísticas. Ente de Turismo. G.C.B.A. y elaboración propia.*

### **Mercado de origen**

La tabla 34 y el gráfico 12, muestran la procedencia de la demanda externa de Buenos Aires durante el año 2009.

**Tabla 34:** Cantidad de turistas extranjeros por país de origen.

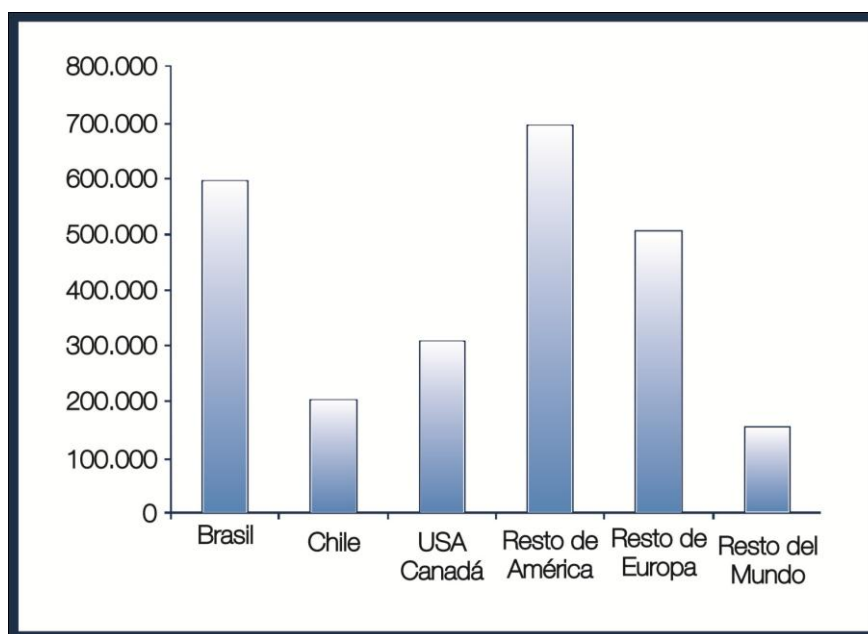
Ciudad de Buenos Aires. Año 2009.

ORIGEN	CANTIDAD
Brasil	580.000
Chile	210.000
USA / Canadá	300.000
Resto de América	690.000
Resto de Europa	480.000
Resto del Mundo	140.000

Fuente: Área de estudios de Mercado y Estadísticas Turísticas. Ente de Turismo. G.C.B.A. y elaboración propia.

**Gráfico 12:** Cantidad de turistas extranjeros por país de origen.

Ciudad de Buenos Aires. Año 2009.



Fuente: Área de estudios de Mercado y Estadísticas Turísticas. Ente de Turismo. G.C.B.A. y elaboración propia.

### **Estancia**

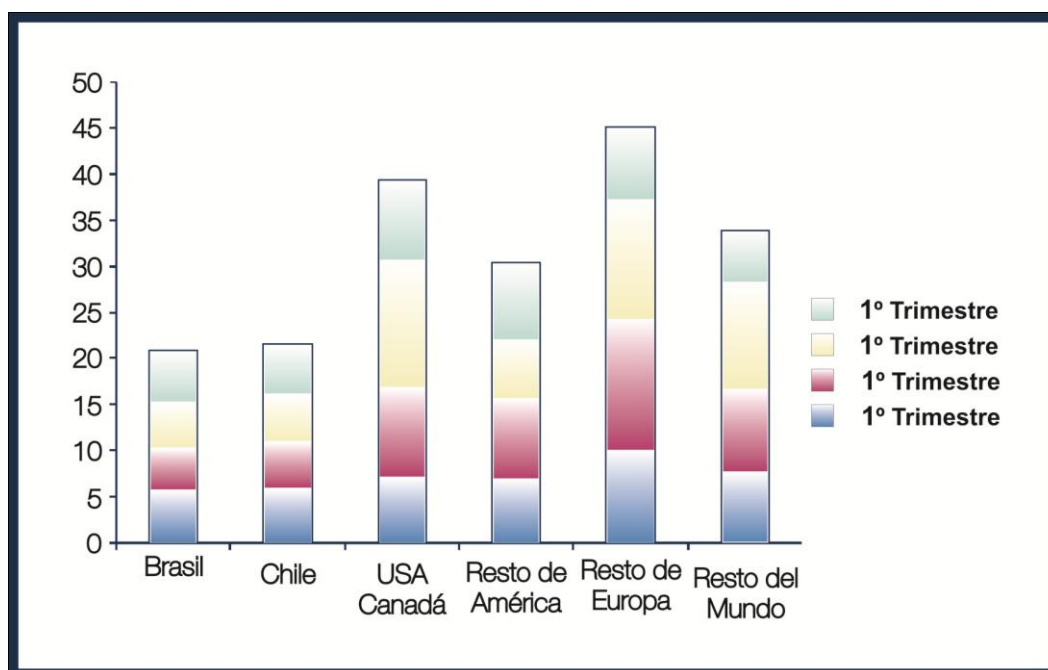
Como muestran la tabla 35 y el gráfico 13, la estancia promedio de los turistas extranjeros en la Buenos Aires es algo más de 7 días. Es algo mayor en el caso de los turistas cuyo lugar de origen es más lejano, y menor en el de quienes provienen de países limítrofes (Brasil y Chile). En este aspecto, también es baja la estacionalidad.

**Tabla 35:** Estancia promedio de los turistas extranjeros en Buenos Aires, según país de origen. Ciudad de Buenos Aires. Año 2009.

ORIGEN	1 TRIMESTRE	2 TRIMESTRE	3 TRIMESTRE	4 TRIMESTRE
Brasil	5,67	4,54	5,10	5,40
Chile	5,80	5,11	5,20	5,38
USA / Canadá	7,09	9,74	13,80	8,57
Resto de América	6,99	8,55	6,40	8,28
Resto de Europa	10,06	14,21	13,00	7,66
Resto del Mundo	7,69	8,89	11,60	5,51
TOTAL	7,40	7,42	7,90	6,08

Fuente: Área de estudios de Mercado y Estadísticas Turísticas. Ente de Turismo. G.C.B.A. y elaboración propia.

**Gráfico 13:** Estancia promedio de los turistas extranjeros en Buenos Aires, según país de origen. Ciudad de Buenos Aires. Año 2009.



Fuente: Área de estudios de Mercado y Estadísticas Turísticas. Ente de Turismo. G.C.B.A. y elaboración propia.

## Gasto

El gasto promedio realizado por los turistas extranjeros en Buenos Aires en el año 2009 fue de dólares 111,29 por día. El gasto fue mayor en los turistas procedentes de Brasil. Los turistas procedentes de Europa tuvieron un gasto inferior a los 100 dólares.

**Tabla 36:** Gasto promedio diario de los turistas extranjeros en Buenos Aires.

Ciudad de Buenos Aires. Año 2009.

ORIGEN	1 TRIMESTRE	2 TRIMESTRE	3 TRIMESTRE	4 TRIMESTRE
Brasil	146,94	175,87	164,26	155,66
Chile	123,87	145,55	140,86	137,53
USA / Canadá	129,82	128,95	99,43	107,84
Resto de América	106,78	125,43	111,54	82,96
Resto de Europa	97,81	72,90	73,52	92,31
Resto del Mundo	94,54	116,87	87,74	112,88
TOTAL	113,85	117,10	110,17	104,55

Fuente: Área de estudios de Mercado y Estadísticas Turísticas. Ente de Turismo. G.C.B.A. y elaboración propia.

### **Estudio de preferencias de la demanda turística**

A partir del año 2001, el área de Estudios de Mercado y Estadísticas Turísticas, comenzó a realizar una serie de estudios de la demanda turística, uno de los cuales fue una *encuesta de preferencias*, cuyo objetivo era conocer la *valoración de los servicios e identificar la imagen* que los turistas extranjeros y nacionales tienen de la ciudad, se realizó a turistas nacionales y extranjeros que hubieran pernoctado al menos una noche en la ciudad, en alojamientos turísticos hoteleros y extra-hoteleros. Se obtuvieron datos sobre *motivo de viaje*, el *tipo de alojamiento*, las *actividades* realizadas, los *barrios visitados*, el *medio de información utilizado*, la *opinión* de la ciudad y la *imagen/palabra* con que identificaban a la ciudad.

### **Motivo del viaje**

El motivo de viaje de los turistas extranjeros se expone en la Tabla 37. Predomina ampliamente *vacaciones* (85,1 % de los casos).

**Tabla 37:** Motivo del viaje a Buenos Aires de los turistas extranjeros.

Ciudad de Buenos Aires. Año 2009.

MOTIVO DE VIAJE	EXTRANJEROS
Vacaciones	85,1%
Negocios	5,1%
Estudios	3,8%
Visitas a familiares / amigos	3,7%
Congresos	1,1%
Tramites	0,1%
Deportes	0,1%
Otros	0,9%
TOTAL	100%

Fuente: Área de estudios de Mercado y Estadísticas Turísticas. Ente de Turismo. G.C.B. y elaboración propia.

### ***Tipo de alojamiento elegido***

En cuanto al tipo de alojamiento los extranjeros optaron mayoritariamente por hoteles, seguido de casa y hostel.

**Tabla 38:** Tipo de establecimiento elegidos por los turistas extranjeros. Año 2009.

EXTRANJEROS	
Hotel	60,1%
Casa	20,0%
Apart - Hotel	1,0%
Dpto alquiler	2,4%
Hostel	16,3%
Vivienda propia	0,2%
TOTAL	100%

*Fuente: Área de estudios de Mercado y Estadísticas Turísticas. Ente de Turismo. G.C.B.A. y elaboración propia.*

### ***Actividades realizadas***

Las actividades principales fueron pasear/caminar (30,4%), gastronomía (29,5%), y *shopping* (20,3%).

**Tabla 39:** Actividades realizadas por los turistas extranjeros. Año 2009.

ACTIVIDADES	EXTRANJEROS
Pasear / Caminar	30,44%
Gastronomía	29,56%
Shopping	20,33%
Espectáculos	6,57%
Compras	7,55%
City Tour	12,63%
Disco / Pub	6,67%
Tango	16,74%
Feria / Congreso	1,40%
Tigre	0,56%
Teatro / Cine	0,61%
Museos	2,19%
Zoo	0,37%
Excursión	0,19%
Tierra Santa	0,05%
Deportes	1,03%
Concierto	0,37%
Parque de la Costa	0,28%
Otros(*)	0,79%

(\*) Otros tigre, San Isidro, Luján, La Plata

*Fuente: Área de estudios de Mercado y Estadísticas Turísticas. Ente de Turismo. G.C.B.A. y elaboración propia.*

### **Barrios visitados**

El *centro* (en referencia a los barrios de San Nicolás y Montserrat) fue el “barrio” más visitado por los extranjeros, seguido por Recoleta y Puerto Madero.

**Tabla 40:** Barrios visitados por los turistas extranjeros. Año 2009.

BARRIOS	EXTRANJEROS
Centro	27,8%
Recoleta	23,3%
Puerto Madero	20,5%
San Telmo	16,4%
La Boca	15,3%
Palermo	13,2%
Belgrano	0,3%
Congreso	0,2%
Flores	0,2%
Montserrat	0,1%
Once	0,1%
Caballito	0,1%
Retiro	0,1%
Villa Devoto	0,0%
Mataderos	0,0%
Alrededores de la ciudad(*)	0,5%
Otros	0,1%

Fuente: Área de estudios de Mercado y Estadísticas Turísticas. Ente de Turismo. G.C.B.A. y elaboración propia.

### **Opinión sobre la ciudad**

Se consultó a los turistas acerca de cuál era su opinión de la ciudad, mediante un sistema de encuesta autoadministrada, consistente en un formulario con dos listados sobre el que el encuestado debía marcar sus preferencias sobre lo que consideraba *lo mejor* y *lo peor*.

Lo que los turistas consultados mediante este procedimiento consideraron *lo mejor* de la ciudad, fue *la gente, la comida/carne, y la arquitectura*.

**Tabla 41:** Opinión de turistas extranjeros sobre *lo mejor de la ciudad*. Año 2009.

LO MEJOR	EXTRANJEROS
La gente	21,4%
Comida / carne	16,7%
Arquitectura	16,5%
Los barrios	10,2%
Variedad de cosas para hacer	4,9%
La cultura	3,4%
La noche	3,1%
Tango	3,0%
Parques y Plazas	2,9%
El transporte	2,1%
Las compras	2,1%
Las mujeres	2,1%
La amabilidad	1,2%
La seguridad	1,2%
Muy linda	0,9%
Los hombres	0,9%
Los cafés	0,9%
Los precios	0,5%
Todos	5,1%
Otros	0,7%
TOTAL	100%

Fuente: Área de estudios de Mercado y Estadísticas Turísticas. Ente de Turismo. G.C.B.A. y elaboración propia.

En la opinión sobre *lo peor*, domina *la suciedad y la basura*, la *pobreza/cartoneros*, y el *transporte público*.



**Tabla 42:** Opinión de turistas extranjeros sobre *lo peor de la ciudad*. Año 2009.

LO PEOR	EXTRANJEROS
Suciedad / Basura	38,6%
La pobreza / Cartoneros	11,7%
El transporte público	10,4%
El tráfico	7,1%
La inseguridad	6,4%
Precios altos	4,2%
Calles y veredas rotas	3,8%
Mala atención en negocios	2,4%
El ruido / Contaminación	2,2%
Oferta turística engañoso	1,5%
El contraste	1,3%
El clima	1,3%
Falta de cambio	1,0%
Billetes falsos	0,8%
La terminal de ómnibus	0,5%
Otros	2,4%
Nada	3,9%
Ns / Nc	0,4%
TOTAL	100%

Fuente: Área de estudios de Mercado y Estadísticas Turísticas. Ente de Turismo. G.C.B.A. y elaboración propia.

### **Medio de información para organizar el viaje**

El medio de información más utilizado para organizar el viaje fue Internet.

**Tabla 43:** Medio de información de los turistas extranjeros. Año 2009.

MEDIO DE INFORMACIÓN	EXTRANJEROS
Internet	41,4%
Internet Viajes	18,0%
Familia / amigos	8,3%
Medios promocionales	3,2%
Medios de difusión masiva	1,7%
Trabajo	1,7%
Consulados en el exterior	0,9%
Ninguno	21,6%
Otro	3,3%
TOTAL	100%

Fuente: Área de estudios de Mercado y Estadísticas Turísticas. Ente de Turismo. G.C.B.A. y elaboración propia.

### ***Imagen/ palabra con la que identifican a la Ciudad de Buenos Aires***

Las imágenes/palabras con que identificaron a la ciudad más frecuentemente fueron *tango* (19,8%), *Bella*, *Grande*, y *Magnífica*.

**Tabla: 44** Imagen/palabra con la que los extranjeros identifican a la Ciudad de Buenos Aires. Año 2009.

IMAGEN / PALABRA	EXTRANJEROS
Tango	19,8%
Bella	11,5%
Grande	7,2%
Magnífica	6,0%
Europea	5,7%
Fútbol / Maradona	5,2%
Obelisco	4,8%
Cosmopolita	4,0%
Dinámica	3,8%
Came / Asado	3,8%
Arquitectura	3,5%
Caos / Ruidos	3,4%
Hospitalidad	2,8%
Elegante	2,6%
Cultural	2,6%
Histórica	2,1%
Barrios	2,0%
Plaza de Mayo / Madres	1,4%
Compras	1,2%
Espacios Verdes	0,7%
Río de la Plata	0,6%
Porteños	0,6%
Los Cafés	0,6%
Otros	3,9%
TOTAL	100%

Fuente: Área de estudios de Mercado y Estadísticas Turísticas. Ente de Turismo. G.C.B.A.y elaboración propia.

### 5.3.2 La demanda interna

En el año 2009 visitaron Buenos Aires 6.126.532 turistas provenientes del interior del país (según el informe anual de turismo interno del Ente de Turismo de la Ciudad de Buenos Aires).

#### Origen

El principal lugar de origen es la región central del país (provincias de Buenos Aires, Córdoba y Santa Fe), que concentra la mayor población y actividad económica del país, y está cercana a Buenos Aires (considerando las distancias relativas en un país de las dimensiones de la República Argentina).

**Tabla 45:** Lugar de residencia (por provincia) de los turistas nacionales que visitan la Ciudad de Buenos Aires. Año 2009.

PROVINCIA	%
Buenos Aires	17,70
Córdoba	9,20
Santa Fe	6,80
Mendoza	6,60
Misiones	6,00
Tucumán	5,00
Neuquén	5,10
Chaco	5,00
Entre Ríos	4,70
Salta	4,70
Corrientes	4,40
Santiago del Estero	3,90
Río Negro	3,90
Chubut	3,20
Jujuy	2,40
Formosa	2,30
San Juan	1,90
Catamarca	1,50
Santa Cruz	1,50
Tierra del Fuego	1,40
La Rioja	0,90
San Luis	0,90
La Pampa	1,0
TOTAL	100,00

Fuente: Área de estudios de Mercado y Estadísticas Turísticas. Ente de Turismo. G.C.B.A.y elaboración propia.

### **Estancia**

La mayoría de los turistas permanece de 1 a 3 noches. Los que muestran una estancia menor son quienes vienen por asuntos de negocios y más alta aquellos que llegan con el objeto de visitar a familiares y amigos. Los turistas que se alojan en hoteles y apart-hoteles muestran una estancia corta, en tanto que aquellos que se hospedan en casa de familia y en viviendas propias se instalan por períodos más prolongados. Solo un 6,80% permanece 29 o más noches.

**Tabla 46:** Distribución de los turistas nacionales según su estancia en la Ciudad de Buenos Aires. Año 2009.

ESTANCIA	%
1 a 3 noches	17,90
4 a 7 noches	17,30
8 a 28 noches	16,00
29 y mas	6,80
TOTAL	100,00

*Fuente: Área de estudios de Mercado y Estadísticas Turísticas. Ente de Turismo. G.C.B.A.y elaboración propia.*

### **Gasto**

El gasto diario promedio de los turistas internos es algo mayor entre quienes proceden de las regiones Centro y Sur del país, los que vienen por asuntos de negocios, se hospedan en hotel y permanecen en la ciudad hasta tres noches.

**Tabla 47:** Gasto diario medio (en pesos) de los turistas nacionales por región de origen en la Ciudad de Buenos Aires. Año 2009.

REGIÓN DE ORIGEN	GASTO DIARIO (en pesos)
Sur	178,9
Centro	176,4
Litoral	168,8
Cuyo	168
Buenos Aires	141,7
Norte	141

*Fuente: Área de estudios de Mercado y Estadísticas Turísticas. Ente de Turismo. G.C.B.A.y elaboración propia.*

### ***Otras características del viaje del turista nacional***

La mayoría de los turistas internos arriba a la ciudad en forma individual (sin la compañía de otras personas). Entre los que vienen acompañados predominan ampliamente los grupos pequeños, compuestos por dos o tres miembros. La mayoría se ubica en grupos de edades activas (18-65 años): entre los usuarios de los servicios de la Terminal de Ómnibus de Retiro, se observa un mayor peso de los grupos de edades jóvenes, en tanto que los turistas que circulan por Aeroparque están más representados en la franja de edad de 46 años y más. En general, los turistas que llegan motivados por la visita a familiares y amigos se hospedan en casa de familia en tanto que las personas que vienen por razones profesionales / negocios pernoctan en establecimientos hoteleros. Siete de cada diez turistas visitan la Ciudad de Buenos Aires varias veces al año, en particular quienes vienen por asuntos de negocios.

### ***Motivo de viaje de los turistas nacionales***

El motivo principal por el cual los turistas internos arriban a la ciudad es *vacaciones*. Luego en similar medida se menciona el motivo *negocios*, *visitas a familiares/amigos* y los *trámites*.

**Tabla 48:** Motivo del viaje de los turistas nacionales. Ciudad de Buenos Aires.  
Año 2009.

MOTIVO DE VIAJE	NACIONALES
Vacaciones	75,7%
Negocios	7,9%
Visitas a familiares / amigos	7,1%
Tramites	5,4%
Estudios	1,4%
Salud	0,7%
Congresos	0,4%
Otros	1,4%
TOTAL	100%

*Fuente: Área de estudios de Mercado y Estadísticas Turísticas. Ente de Turismo. G.C.B.A.y elaboración propia.*

### ***Tipo de alojamiento elegido***

El tipo de alojamiento elegido por los turistas nacionales fue en casa, seguido de hotel.

**Tabla 49:** Tipo de alojamiento elegido por los turistas nacionales. Ciudad de Buenos Aires. Año 2009.

NACIONALES	
Hotel	38,3%
Casa	53,7%
Apart - Hotel	0,0%
Dpto alquiler	3,0%
Hostel	3,7%
Hotel Sindical	0,0%
Vivienda propia	1,3%
TOTAL	100%

*Fuente: Área de estudios de Mercado y Estadísticas Turísticas. Ente de Turismo. G.C.B.A.y elaboración propia.*

### ***Actividades realizadas***

La actividad preferida de los turistas nacionales es realizar *paseos y caminatas* por la ciudad, seguida por *gastronomía, shopping, espectáculos* (cine y teatro). Entre los productos más comprados por los turistas nacionales se destacan la indumentaria, libros, música, y *souvenirs*.

**Tabla 50:** Actividades realizadas por los turistas nacionales.

Ciudad de Buenos Aires. Año 2009.

ACTIVIDADES	NACIONALES
Pasear / Caminar	30,3%
Gastronomía	24,0%
Shopping	15,1%
Espectáculos	14,4%
Compras	6,8%
City Tour	3,3%
Disco / Pub	2,6%
Tango	1,9%
Feria / Congreso	1,5%
Tigre	0,8%
Teatro / Cine	0,7%
Museos	0,4%
Terni	0,3%
Excursión	0,1%
Tierra Santa	0,1%
Parque de la Costa	0,1%
Otros	0,5%

Fuente: Área de estudios de Mercado y Estadísticas Turísticas. Ente de Turismo. G.C.B.A. y elaboración propia.

### **Barrios Visitados**

El barrio más visitado por los turistas nacionales fue el *Centro* (31,6%), seguido de Puerto Madero (22,3 %) y Recoleta (18,2%).

**Tabla 51:** Barrios visitados por los turistas nacionales.

Ciudad de Buenos Aires. Año 2009.

BARRIOS	NACIONALES
Centro	31,6%
Puerto Madero	22,3%
Recoleta	18,2%
Palermo	13,0%
San Telmo	12,5%
La Boca	10,0%
Once	1,0%
Flores	0,8%
Belgrano	0,5%
Caballito	0,3%
Congreso	0,1%
Villa Devoto	0,1%
Alrededores de la ciudad(*)	0,4%
Otros	0,1%

Fuente: Área de estudios de Mercado y Estadísticas Turísticas. Ente de Turismo. G.C.B.A. y elaboración propia.

### ***Opinión sobre la ciudad***

Se consultó a los turistas acerca de cuál era su opinión de la ciudad, mediante un sistema de encuesta autoadministrada, consistente en un formulario con dos listados sobre el que el encuestado debía marcar sus preferencias sobre lo que consideraba *lo mejor* y *lo peor*.

Lo que los turistas consultados mediante este procedimiento consideraron *lo mejor* de la ciudad, fue la variedad de cosas para hacer 16,3%, seguido de las actividades culturales 10,1 %.

**Tabla 52:** Opinión de turistas nacionales sobre lo mejor de la ciudad. Ciudad de Buenos Aires. Año 2009.

<b>LO MEJOR</b>	<b>NACIONALES</b>
Variedad de cosas para hacer	16,3%
Actividades Culturales	10,1%
Los barrios	8,1%
Arquitectura	7,3%
La Cultura	6,4%
La gente	6,1%
Diversidad	5,5%
Restaurante / Comida	5,0%
Shoppings	4,6%
Parques y Plazas	4,6%
La belleza	3,7%
El transporte	3,0%
Los negocios	2,9%
Servicios	2,0%
Seguridad	1,8%
Información Turística	1,5%
La noche	1,4%
Historia de la ciudad	1,2%
Estadio River Plate	0,6%
Todo	6,9%
Otros	1,1%
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>

Fuente: Área de estudios de Mercado y Estadísticas Turísticas. Ente de Turismo. G.C.B.A.



En relación a lo que consideran *lo peor* de la ciudad se destaca la *suciedad* (34%), en segundo lugar el *tránsito*, la *seguridad*, y los *cartoneros/gente en las calles*.

**Tabla 53:** Opinión de turistas nacionales sobre *lo peor de la ciudad*. Ciudad de Buenos Aires. Año 2009.

LO PEOR	NACIONALES
Suciedad	34,0%
El tránsito	14,2%
La seguridad	11,1%
Cartoneros / Gente en las calles	7,7%
Los precios	5,3%
La gente	5,2%
El transporte	4,1%
Calles y veredas rotas	3,9%
El ruido	3,3%
Mal trato en negocios	2,7%
Caca de perro	2,3%
Terminal de ómnibus	2,0%
Los robos	1,7%
Nada	1,1%
Otros	1,4%
TOTAL	100%

Fuente: Área de estudios de Mercado y Estadísticas Turísticas. Ente de Turismo. G.C.B.A.y elaboración propia.

### **Medio de información para realizar el viaje**

La mayoría de los turistas nacionales consultados, indicaron que no utilizan ningún medio de información para realizar el viaje a la Ciudad de Buenos Aires. Esto se entiende porque el lugar es conocido y visitado frecuentemente por muchos turistas nacionales, del mismo modo, no requieren información acerca de alojamientos, transportes, etc. Luego, algunos señalan que se informan por *internet*, y a través de *familiares/amigos*.

**Tabla 54:** Medio de información de los turistas nacionales. Ciudad de Buenos Aires. Año 2009.

MEDIO DE INFORMACIÓN	NACIONALES
Internet	18,7%
Familia / Amigos	14,5%
Medios de difusión masiva	3,7%
Agt. Viajes	2,8%
Medios promocionales	2,3%
Trabajo	0,9%
Ninguno	53,3%
Otro	3,7%
TOTAL	100%

Fuente: Área de estudios de Mercado y Estadísticas Turísticas. Ente de Turismo. G.C.B.A. y elaboración propia.

### ***Imagen/ palabra con la que identifican a la Ciudad de Buenos Aires***

La mayoría de los turistas nacionales encuestados identificaron la ciudad con la Imagen/palabra *obelisco*, y luego con *dinámica*, *grande* y *linda*. En la siguiente tabla se muestran todas las palabras/imágenes con que los turistas nacionales identifican la Ciudad de Buenos Aires.

**Tabla 55:** Imagen/ palabra con la que identifican a la Ciudad de Buenos Aires los turistas nacionales. Año 2009.

IMAGEN / PALABRA	NACIONALES
Obelisco	17,8%
Dinámica	13,3%
Grande	13,0%
Linda	12,4%
Política	7,1%
Tango	6,6%
Cosmopolita	4,5%
Porteños	3,7%
Diversión	3,1%
Plaza de mayo	2,8%
Cultural	2,5%
Arquitectura	1,9%
La Boca	1,4%
Compras	1,4%
Fútbol	1,4%
Espectáculos	0,9%
Los Barrios	0,9%
Turismo	0,8%
9 de julio y Av. de mayo	0,8%
Húmeda	0,6%
Luz	0,6%
Peligrosa	0,6%
Histórica	0,6%
Negocios	0,5%
Otros	0,5%
TOTAL	100%

Fuente: Área de estudios de Mercado y Estadísticas Turísticas. Ente de Turismo. G.C.B.A.y elaboración propia.

De la comparación en las opiniones de los turistas extranjeros y nacionales en las encuestas de preferencias se observa que:

- ambos grupos de turistas eligen Buenos Aires como destino de vacaciones (externo 85%, interno 75%),
- el 59,4% de turistas extranjeros decidió alojarse en hoteles, pero los turistas nacionales 38,6%, lo que se explica por la ubicación de los argentinos en su *segunda residencia*, o en casa de familiares,
- para ambos grupos el barrio más visitado es el *centro* (27,8% y 31,6% respectivamente). Cabe aclarar que en el diseño de la encuesta, Recoleta y Puerto Madero están separados del *área centro*, cuando, en realidad, dichos barrios sí pertenecen al área central de la ciudad. Entonces, si se contaran juntos los tres

sectores, el porcentaje de coincidencias en cuanto a los lugares que recorren los turistas internos y los extranjeros, sería mucho mayor,

- ambos grupos prefiere en primer lugar *pasear/caminar* (30,4% y 30,3% respectivamente),
- mientras que la *palabra o imagen* con que identifican a la ciudad los turistas nacionales fue *obelisco* (17,8%), los turistas extranjeros la identifican con *tango* (19,8%).

### **5.3.3 Otros estudios de la demanda externa e interna**

Otros estudios en el marco del Programa de Estudios de Mercado y Estadísticas Turísticas del Ente de Turismo, son las encuestas realizadas a los participantes de ferias y congresos, campeonatos de tango y cruceros internacionales, con el objetivo de conocer el perfil y características de la demanda. Estos estudios no tienen regularidad y tampoco analizan las mismas variables. A continuación se presentan resúmenes y análisis de los estudios ya realizados.

#### ***Encuestas realizadas a turistas de cruceros internacionales***

En las encuestas realizadas a turistas de cruceros internacionales en la temporada 2009, se obtuvo la siguiente información.

El 85,84% del total de cruceristas fueron extranjeros (norteamericanos 39,0%, países limítrofes 20,1% , europeos 17,1%). La franja de edad más representada es la comprendida entre los 46 y los 65 años, tanto para nacionales como para extranjeros, seguida por la franja de 66 y más años para el caso de los extranjeros, y de 31 a 45 años para los nacionales.

Durante la estancia en Buenos Aires, los cruceristas prefirieron alojarse en hotel el 68,8% de los nacionales, y el 55,3 % de los extranjeros, y en segundo lugar optaron por pernoctar en el barco el 42,6% de los extranjeros y el 31,3% de los nacionales. Entre las actividades, los cruceristas extranjeros realizaron un *city tour* (27,8%) seguido de *noches de tango y comidas* (16,2%), y los nacionales realizaron *paseos no contratados*, es decir, en recorrer la ciudad por su cuenta (50%). Los cruceristas extranjeros realizaron un gasto elevado en *compras de todo tipo* (33,0%), seguido de *souvenirs* (19,4%). Los artículos de cuero, carteras, chaquetas y zapatos representan un importante porcentaje de las compras realizadas por los extranjeros (17,9%), en tanto que los nacionales se inclinaron por joyas (45%).

El paso por la ciudad de los turistas representa un importante ingreso de divisas. Los extranjeros gastan un promedio de 231,90 dolares pesos por día cada uno con una estancia promedio de 1,85 noches, y los nacionales alrededor de 83,12 dolares por día con una estancia promedio de 0,65 noches.

### ***Encuesta realizada a asistentes del campeonato mundial de tango***

La encuesta se realizó a asistentes en ocasión del campeonato mundial de tango del año 2009. A continuación se exponen los resultados más sobresalientes.

La principal motivación del viaje para los turistas extranjeros fue turismo (63,4%) y para los turistas nacionales el tango (47,1%).

El 54,02% de los turistas extranjeros seleccionó el hotel como principal modalidad de alojamiento, siendo la categoría 3 estrellas la de mayor frecuencia.

Los turistas nacionales seleccionaron como forma de alojamiento el hotel en un 47,06% y un 34, 56% en viviendas de familiares o amigos.

La estancia promedio fue de 15,92 noches para los turistas extranjeros y de 6,27 noches para los turistas nacionales.

Los artículos más comprados por los turistas extranjeros fueron los zapatos y la ropa de tango (49,7%), souvenirs (32,5%) y libros (26,7), para los turistas nacionales lo más comprado también fue ropa (57,4), souvenirs (24,2%) y libros (18,4%).

### ***Encuesta realizada a asistentes a congresos***

Los datos del infome de los resultados fueron obtenidos de veinte y dos congreso realizados en el año 2009. Los encuestados fueron asistentes a congresos.

La tematica de congreso más destacada fue salud, seguida de turismo, comercio e industria.

En relación al alojamiento, los asistentes extranjeros y nacionales eligieron mayoritariamente el Hotel 87,9% y 51,45% respectivamente. La mayoría de los asistentes extranjeros se alojó en hoteles de categoría 4 y 5 estrellas y los asistentes nacionales en hoteles de categoría 3 a 4 estrellas.

La estancia promedio de los asistentes extranjeros de 6,5 noches y la de los nacionales fue de 3,5 noches.

La preferencia en las compras de los asistentes extranjeros fueron: ropa (49,7%), souvenirs (32,5%) y libros (26,7%), y los asistentes nacionales fueron: ropa (57,4 %), souvenirs (24,2%), libros (18,4%).

Los asistentes extranjeros informaron de los eventos mayoritariamente por su lugar de trabajo (48,2%), por Internet (32,9%) y por las asociaciones organizadoras el

(13,9%), los asistentes nacionales se informaron a través de Internet (38,3%), seguido de su lugar de trabajo (24,2%).

Es de destacar que el 51,3% de los asistentes nacionales, visitan la ciudad varias veces al año, en segundo lugar lo hacen esporádicamente el 30,8%, en cuanto a los asistentes extranjeros el 56,35 % visitó por primera vez la ciudad.

En las actividades realizadas en la ciudad la preferencia de los asistentes extranjeros es el tango (32,3%), city tour (25,1%) y disco/pub (22,5 %), mientras que los asistentes nacionales optaron por salidas al teatro/cine.

El 40,45% de los turistas nacionales, declaró haber viajado a la ciudad con algún acompañante. Mientras que solo el 26,2% de los asistentes extranjeros estuvo acompañado.

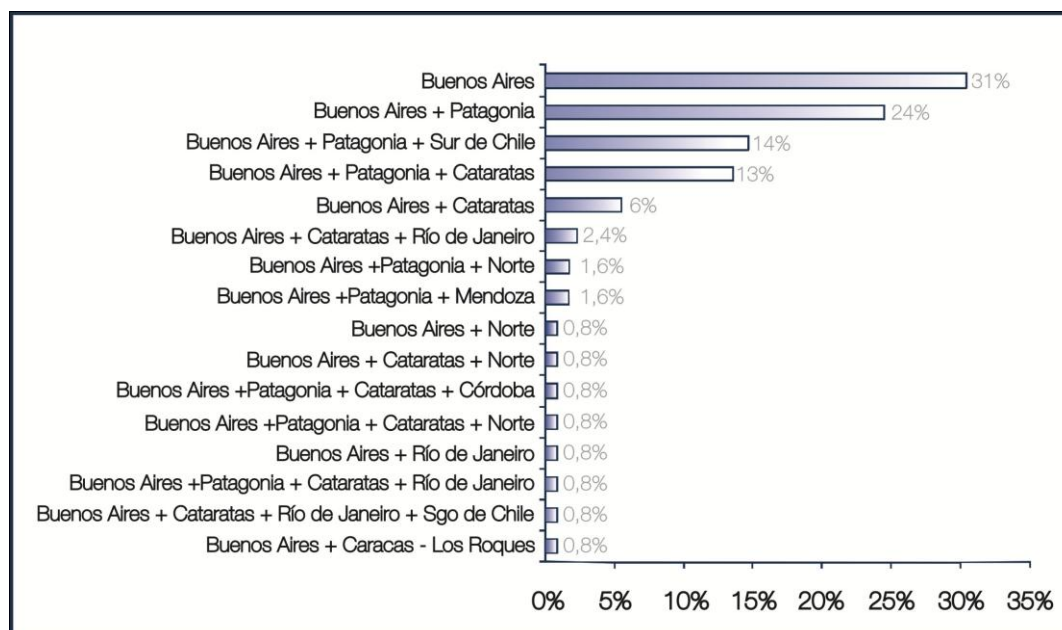
### **Estudio de la Comercialización del Destino Turístico “Ciudad de Buenos Aires”**

Se realizó un estudio de la comercialización del destino turístico Ciudad de Buenos Aires, en el mercado internacional y nacional para conocer las características del producto Ciudad de Buenos Aires.

En el estudio del mercado internacional se realizó una muestra de 125 paquetes turísticos correspondientes a 30 empresas que comercializan el destino Ciudad de Buenos Aires correspondiente a los países de Brasil, España, Chile, Colombia, Ecuador, Estados Unidos, Paraguay, Italia y Gran Bretaña.

Del análisis realizado surge que la Ciudad de Buenos Aires aparece publicada sola o en combinación con otros destinos nacionales o internacionales. Cuando aparece junto a destinos nacionales los más frecuentes son Cataratas del Iguazú y Patagonia y cuando aparece combinada los casos más frecuentes son Brasil y Chile. En el gráfico 14 se observa la proporción relativa de cada producto dentro del conjunto de la oferta analizada en el mercado internacional.

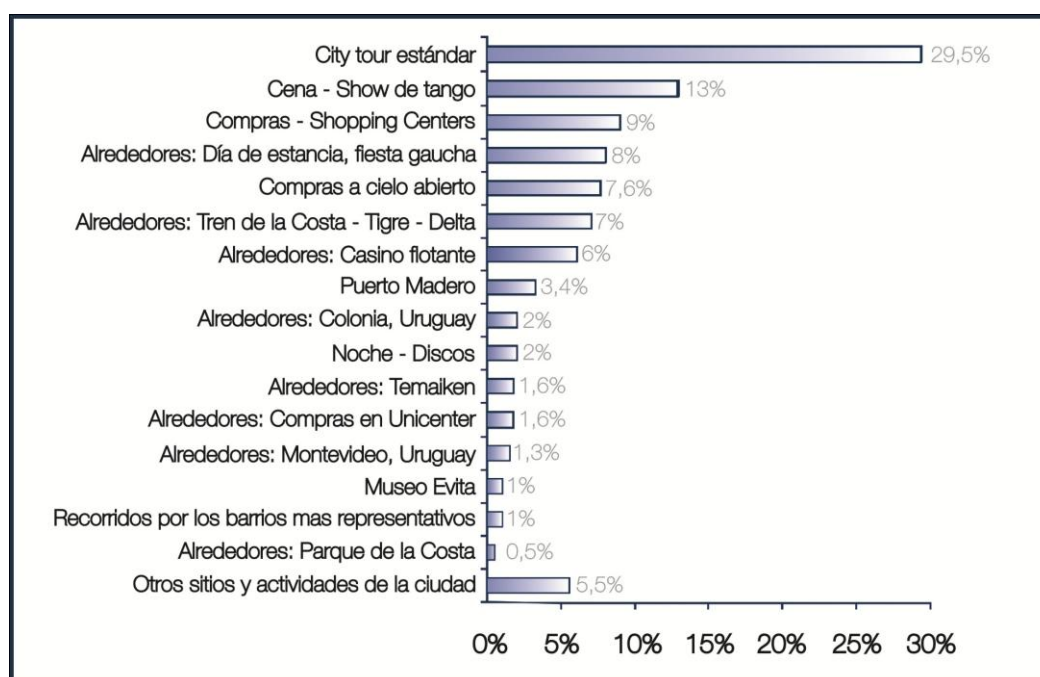
**Gráfico14:** Proporción relativa de cada producto en la oferta turística de la Ciudad de Buenos Aires en el mercado internacional.



Fuente: Plan de Marketing de la Ciudad de Buenos Aires.

Se analizaron el contenido 125 paquetes turísticos para conocer cuáles son los productos de la ciudad y los alrededores que se ofrecen en el mercado internacional.

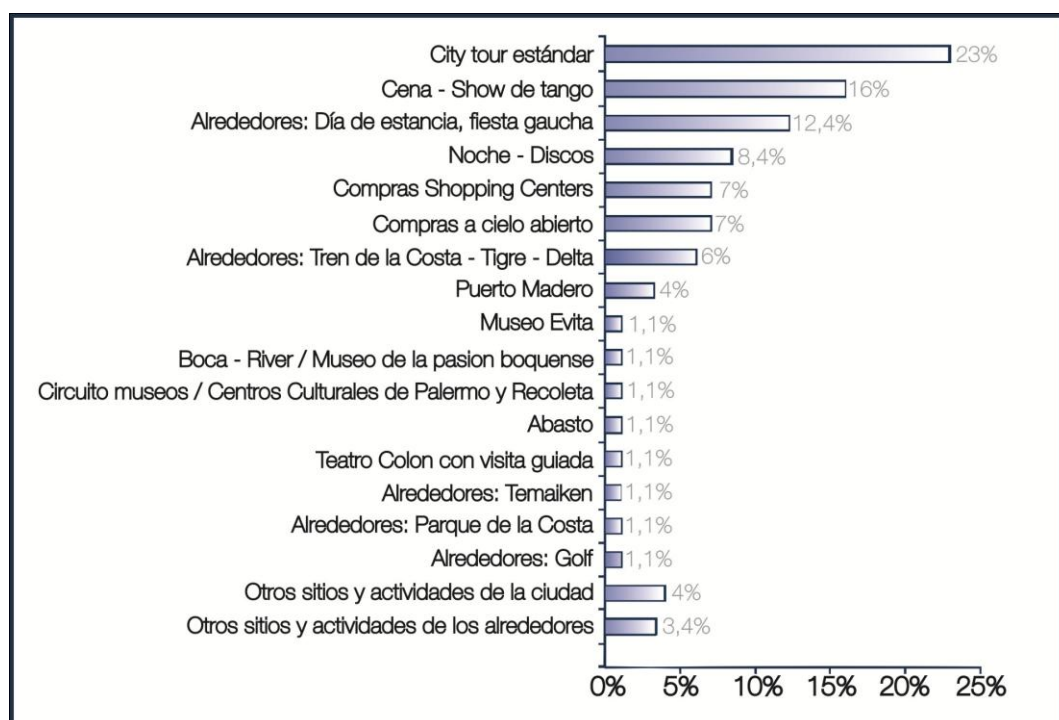
**Gráfico15:** Productos turísticos de la Ciudad de Buenos Aires y alrededores ofrecidos en el mercado internacional.



Fuente: Plan de Marketing de la Ciudad de Buenos Aires

En relación al mercado nacional se analizaron 47 paquetes turísticos de 23 operadores receptivos locales y se realizó el siguiente ranking de productos turísticos ofrecidos.

**Gráfico16:** Productos turísticos de la Ciudad de Buenos Aires y alrededores ofrecidos en el mercado nacional.



Fuente: Plan de Marketing de la Ciudad de Buenos Aires

Se consultó asimismo a los operadores internacionales y nacionales que emitirían su opinión de lo que consideraban para el destino Buenos Aires como *lo mejor*, lo que se debía mejorar, las palabras que definían la ciudad, con que destinos la comparaban y cuáles eran en su opinión sus principales competidores.

La opinión de los operadores turísticos internacionales que comercializan el destino Ciudad de Buenos Aires consideraron *lo mejor*, en primer lugar a la gastronomía, en segundo lugar la cultura, los espectáculos y el teatro.

Dentro de los ítems que consideran *se deberían mejorar* se encuentra la seguridad, la conectividad con los mercados emisores y la limpieza en las calles. Las palabras con que definen la ciudad son: cultura, amistosa y de buen trato, ambiente europeo, gastronomía, mucho para hacer y visitar, excitante y pasional, cosmopolita y compras.



**Tabla 56:** Opinión de los operadores internacionales de la Ciudad de Buenos Aires como destino turístico.

	LO MEJOR	A MEJORAR	PALABRAS QUE LA DEFINEN	DESTINOS CON LOS QUE LA COMPARARIA	PRINCIPALES COMPETIDORES
1° LUGAR	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La gastronomía</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mas seguridad</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cultura</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rio de Janeiro</li> <li>• Paris</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rio de Janeiro</li> </ul>
2° LUGAR	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La cultura, los espectáculos y el teatro</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La conectividad con los mercados emisores</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Amistosa y de buen trato</li> <li>• Ambiente europeo</li> <li>• Gastronomía</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Madrid</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Santiago de Chile</li> </ul>
3° LUGAR	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El tango</li> <li>• Las compras</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mas limpieza en las calles</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mucho para hacer y visitar</li> <li>• Excitante y pasional</li> <li>• Cosmopolita</li> <li>• Compras</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• New York</li> <li>• Milan</li> <li>• Miami</li> <li>• Mexico</li> <li>• Montevideo</li> <li>• Santiago de Chile</li> <li>• Asuncion</li> <li>• Ninguno de Sudamerica</li> <li>• Sur argentino</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mexico</li> </ul>

Fuente: Plan de Marketing de la Ciudad de Buenos Aires

La opinión de los operadores turísticos nacionales que comercializan el destino Ciudad de Buenos Aires consideraron *lo mejor*: en primer lugar, la cultura y la oferta de teatros y museos en segundo lugar, la gente, variedad en oferta, gastronomía y compras, en tercer lugar el tango, el carácter de la ciudad, la arquitectura, Puerto Madero y la hotelería. Dentro de los ítems que consideran *deberían mejorar* se encuentra la limpieza en las calles, la seguridad, el tránsito.

**Tabla 57:** Opinión de los operadores nacionales de la Ciudad de Buenos Aires como destino turístico.

	LO MEJOR	A MEJORAR	PALABRAS QUE LA DEFINEN	DESTINOS CON LOS QUE LA COMPARARIA	PRINCIPALES COMPETIDORES
1° LUGAR	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La cultura y la oferta de teatros y museos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mas limpieza en las calles y los cartoneros</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tango</li> <li>• Cultura y activ. culturales</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Madrid</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• No tiene competidor</li> </ul>
2° LUGAR	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La gente</li> <li>• La variedad de la oferta</li> <li>• La gastronomía</li> <li>• Las compras y los precios</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mas seguridad</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Compras</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Paris</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cataratas del Iguazu</li> </ul>
3° LUGAR	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El tango</li> <li>• El carácter cautivante y acogedor de la ciudad</li> <li>• La arquitectura</li> <li>• Puerto Madero</li> <li>• La hotelería</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La dificultad para transitar y los piqueteros</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Diversidad cultural y cosmopolitismo</li> <li>• La gastronomía</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• New York</li> <li>• Rio de Janeiro</li> <li>• Ciudades importantes del mundo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Patagonia</li> </ul>

Fuente: Plan de Marketing de la Ciudad de Buenos Aires.

**Encuesta de Opinión a representantes del sector turístico público y privado de la Ciudad de Buenos Aires.**

Se realizaron encuestas de opinión a representantes del sector turístico y privado de la Ciudad de Buenos Aires, con el objetivo de conocer la opinión acerca de la oferta turística, la imagen, dificultades, amenazas, oportunidades, *lo mejor*, los problemas, lo que faltaría y las palabras que identifican la ciudad como destino turístico.

El 44% de los encuestados consideró que la situación actual de la oferta turística es buena o muy buena y se encuentra en crecimiento, el 20 % que la oferta es diversificada, amplia y muy variada, el 21% que la oferta se encuentra desarticulada, desorganizada y resulta insuficiente y en menor medida se mencionó la falta de planificación, capacitación y profesionalismo (4%), falta de promoción y de recursos para promoción (3%).

En cuanto a la imagen de la Ciudad de Buenos Aires en el interior del país el 31% de los encuestados contestó que la ciudad es vista como centro económico y cultural, el 23% que la imagen es de crecimiento y un 5% cree que la imagen es mala o regular. Consideraron que gozan de imagen positiva, el tango, la vida nocturna, los espectáculos, las compras y la gastronomía.

En cuanto a la imagen de la Ciudad de Buenos Aires en el exterior del país, ninguna respuesta tuvo una adhesión mayoritaria. Se destacaron la imagen positiva, y de mejora en un 19 %, la de ciudad culta, sofisticada y cosmopolita en un 18%, la idea de una ciudad de espectáculos y de vida nocturna vinculada al tango con un 14%. Además fueron mencionadas la accesibilidad económica, las compras y la gastronomía.

En lo que se refiere a las dificultades que enfrentan los operadores de comercialización del destino Buenos Aires las respuestas fueron: la falta de promoción (21%), falta de un plan integral de turismo a largo plazo (15%), la inseguridad (12%) y accesibilidad (9%), la falta de oferta hotelera y la carencia del transporte interno con un 5%.

En relación a las oportunidades que tiene la Ciudad de Buenos Aires como destino turístico, el 37% consideró el tipo de cambio actual y el crecimiento económico, el 13%, la variedad en la oferta turística en general, el 6% la variedad de la oferta cultural en particular y en la medida el crecimiento del turismo internacional y la condición de destino seguro. Alrededor del 22 % de los consultados no emitió opinión.

En cuanto a las *amenazas* que enfrenta la ciudad como destino turístico el 35% opinó que es la inseguridad y la mendicidad en las calles, el 14% las deficiencias normativas, el 10% los sobreprecios a los turistas, el 7% la falta de conectividad aérea dentro del país y los paros de las compañías aéreas.

En relación a *lo mejor* que tiene la ciudad como destino turístico, un 22 % opinó que es la oferta cultural, un 13% la gastronomía, un 10% la variedad de la oferta turística y con porcentajes similares en las opiniones para la arquitectura la hospitalidad y el buen trato y el tango.

En relación a los *problemas* que tiene la ciudad como destino turístico un 22% opinó la falta de limpieza, otro 22% la inseguridad, el 12% la falta de transporte adecuado y los problemas de tránsito, el 11% los sobreprecios a los turistas, el 9% la mendicidad, y el 5 % la falta de profesionalismo del sector.

En cuanto a *lo que falta* a la ciudad como destino turístico, la mayoría cree que le falta más difusión, orden social y tres temas que habían surgido como amenazas y como *lo peor* de la ciudad son la falta de conciencia turística, limpieza, seguridad y políticas a largo.

En relación a las palabras que identifican a la ciudad la más destacada fue Cultura, seguida de Tango y Gastronomía y en tercer lugar la palabra Creativa.

### ***Organismo oficial de turismo de la Ciudad de Buenos Aires***

La Ciudad de Buenos Aires como ya se mencionó más arriba pasa a ser Ciudad Autónoma en el año 1994 y en el año 1996 se sanciona la Constitución de la Ciudad Buenos Aires que en su Artículo N° 59 manifiesta, que *La ciudad promueve el turismo como factor de desarrollo económico, social y cultural. Potencia el aprovechamiento de sus recursos e infraestructura turística en beneficio de sus habitantes, procurando su integración con los visitantes de otras provincias o países. Fomenta la explotación turística con otras jurisdicciones y países en especial con la región.*

En el año 2001 se promulga la Ley N° 600, de Turismo de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, que en su Artículo 1° dice: *Declárese al turismo una actividad socioeconómica de interés público y cultural para la ciudad autónoma de Buenos Aires.*

Se establecen los principios del turismo en la Ciudad de Buenos Aires ...Son principios de esta ley: *el fomento, desarrollo y promoción del turismo receptivo, nacional e internacional; la coordinación e impulso del crecimiento turístico planificado, en función de la mejora de la calidad de vida de los residentes y de la conservación y preservación del patrimonio natural, histórico y cultural; ...la revalorización de los recursos turísticos existentes, la recuperación de los que se hallen depreciados y la búsqueda de otros nuevos que contribuyan al enriquecimiento del patrimonio y a la diversificación de la*

*oferta turística; el posicionamiento de la Ciudad como producto turístico competitivo en el ámbito del Mercosur y el Mundo....(ley N° 600) (el texto completo de la ley se encuentra en el anexo).*

Se establecen también la organización del sistema turístico, el organismo de aplicación de la ley, sus atribuciones, los derechos y obligaciones de los prestadores de servicios turísticos y los derechos de los turistas.

En el Año 2007 se crea el Ente de Turismo de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires mediante la ley N° 2.627, que en su Artículo 1 dice: *crease el Ente de Turismo de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, entidad autárquica en el ámbito del Ministerio de Cultura de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires o del organismo que en el futuro lo reemplace* (El texto completo de la ley N° 2.627 se encuentra en el anexo). Por parte del sector privado, el Ente está integrado por la Cámara Argentina de Turismo, que nuclea asociaciones de prestadores de servicios turísticos.

En esta ley se establecen las funciones y facultades del Ente, la administración y recursos, la conformación del directorio, la creación de un consejo asesor y la creación del programa de participación pública.

En el mismo año, el gobierno de la Ciudad de Buenos Aires en su Plan de Marketing explicita la **visión de largo plazo de la Ciudad, el posicionamiento deseado, propósitos y un decálogo para la Ciudad**. Esa visión es el deseo de la imagen turística deseada para la Ciudad, en el mercado turístico dependiendo del trabajo que se espera puedan realizar desde el marketing y teniendo en cuenta las potencialidades de los productos turísticos de la ciudad y la situación actual, deslumbrando la siguiente visión: *Buenos Aires, capital cultural, y fuerza creativa de América Latina. Un destino líder en turismo de ciudad. Una metrópoli abierta al mundo, donde su pasado y su futuro conviven y se manifiestan en todos sus rincones a través de la cultura viva y universal, del tango, la gastronomía, la arquitectura y el diseño. Una ciudad ideal para el turismo de reuniones y la principal puerta de la entrada de cruceros y a la Antártida. Con un estilo de vida porteño y único, que se vive a toda hora y en toda la ciudad.*

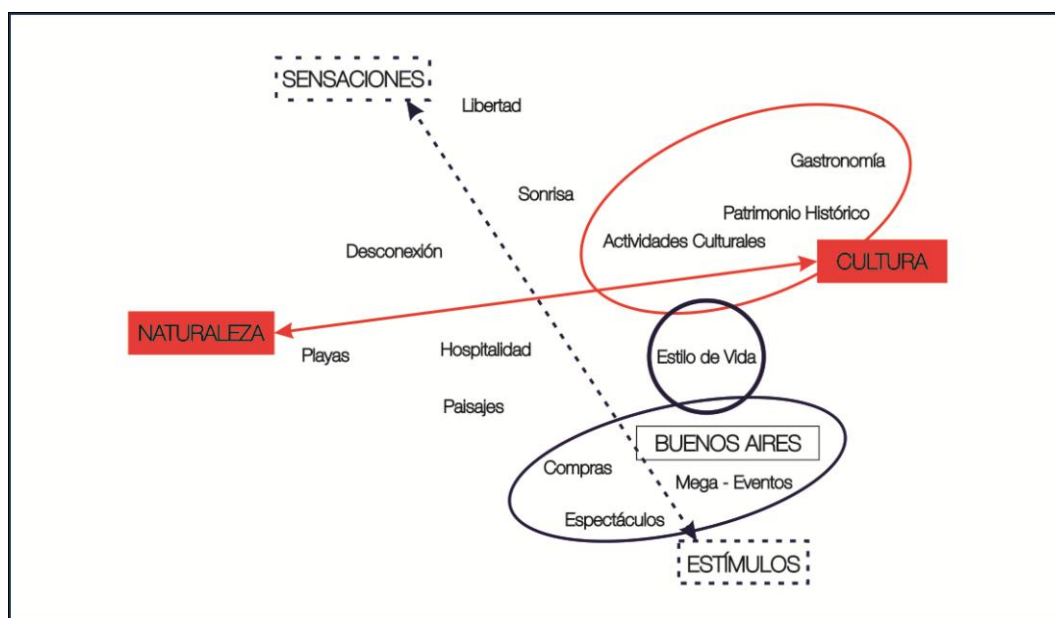
En cuanto al **posicionamiento deseado** se trataría por una parte mantener el posicionamiento actual vinculado a la cultura viva, a su fuerza creativa, a su intensa actividad cultural, a sus espectáculos a su oferta de gastronomía, de entretenimiento y de compras.

Por otra parte incorpora la potencialidad de productos turísticos nuevos, tales como las actividades y productos derivados de las nuevas tendencias de diseño local, nuevos circuitos gastronómicos, nuevos barrios que integran y complementan la oferta tradicional, ampliando de esta manera la oferta gastronómica, de entretenimiento y

compras, actividades generadores de estímulos. Toda esta oferta acompañada por lo que consideran estilo de vida propio y único, como el estilo de vida porteña. Así consideran cuatro ejes: naturaleza, cultura, sensaciones-estímulos.

El eje naturaleza como factor que agrupa los diferentes recursos ligados a mares, montañas, playas, paisajes, etc.; el eje cultura: como aquel que agrupa los recursos patrimoniales y la cultura viva (gastronomía, fiestas populares, etc.), el eje sensaciones-estímulos, el que agrupa las sensaciones como elementos de disfrute de las vacaciones (tranquilidad, descanso, desconexión, hospitalidad). Consideran los estímulos o actividades a los mega eventos, acontecimientos culturales y deportivos, recitales, compras, espectáculos.

**Esquema 2:** Posicionamiento del turismo en la Ciudad de Buenos Aires, según el Plan de Marketing.



Fuente: Plan de marketing de la Ciudad de Buenos Aires.

En relación a **los propósitos** que se plantean se pretende: *Consolidar el crecimiento turístico, para que Buenos Aires siga siendo un destino elegido por los turistas más allá del tipo de cambio favorable; Mejorar la estructura de los productos turísticos de la ciudad; Potenciar la integración con la provincia de Buenos Aires y la nación para la promoción conjunta; Aumentar el ingreso por turismo, en una proporción mayor; Potenciar la diversificación de las aéreas turísticas dentro de la ciudad; Crear un modelo de promoción turística.*

Por último presentan un **decálogo** para la Ciudad de Buenos Aires entendiendo como decálogo al conjunto de argumentos y valores que pueden estimular la decisión

del turistas potencial a viajar a Buenos Aires y constituye el elemento central utilizado en la formulación de un mensaje. La denominación decálogo es meramente conceptual y es un conjunto de temas y de motivos que definen a un destino turístico, su identidad y su diferenciación. El decálogo propuesto para la Ciudad de Buenos Aires es como se muestra en la tabla.

**Tabla 58:** Decálogo de la Ciudad de Buenos Aires.

#### **CAPITAL CULTURAL DE AMÉRICA LATINA**

Creación, producción y difusión cultural conviven en Buenos Aires y la transforman en el principal referente cultural de América Latina, **una ciudad donde la cultura se respira y se manifiesta en:**

- Teatros
- Museos
- Circuitos Gastronómicos
- Cafés y Bares notables
- Edificios patrimoniales emblemáticos
- Acontecimientos, exposiciones y muestras

#### **CAPITAL MUNDIAL DEL TANGO**

Cuna del Tango, Buenos Aires es la ciudad de Carlos Gardel, Astor Piazzolla, Homero Manzi, Mariano Mores y mucho más...

**Buenos Aires es Tango y se vive en:**

- Campeonato Mundial de Baile de Tango
- Campeonato Metropolitano de Tango Salón
- Festival Buenos Aires Tango
- 80 Espectáculos de Tango

#### **CIUDAD DEL DISEÑO**

Declarada Ciudad del Diseño por la UNESCO en Noviembre de 2005, **Buenos Aires marca tendencias en América Latina.** Arquitectura, diseño gráfico, diseño de indumentaria, diseño industrial, diseño de software, son algunas de las actividades donde el sello creativo porteño alcanza relieve internacional.

#### **CENTRO DE REUNIONES DE AMÉRICA LATINA**

Por su infraestructura, por la calidad de su hotelería, por el profesionalismo de su gente, por su conectividad externa, Buenos Aires es el destino ideal para la realización de Congresos, Convenciones y Ferias profesionales y es también un importante destino para viajes de incentivo.

### **LA PUERTA DE ENTRADA DEL TURISMO INTERNACIONAL**

Buenos Aires, la capital de la República Argentina, es la principal puerta de entrada del turismo internacional y **el principal puerto de cruceros con destino a la mítica Patagonia e inclusive a la Antártida.**

*Fuente: Plan de marketing de la Ciudad de Buenos Aires.*

***PARTE III:***  
***ESTUDIO DE CASOS***





## ***Capítulo 6: Principales resultados del estudio de casos***



## 6.1 Presentación

Este *estudio de casos*, es el resultado de la labor realizada a partir de un *plan de trabajo*, preparado con el propósito de estudiar las relaciones entre espacio y turismo en tres sectores de la Ciudad de Buenos Aires: **Avenida de Mayo**, **Barrio de La Boca**, y **Barrio Chino**, que son a la vez *atractivos turísticos* en la actualidad, e íconos de corrientes migratorias.

Los *aspectos metodológicos* de este trabajo, que se concretó entre setiembre de 2010, y marzo de 2011, se presentan en la **Introducción** a esta Tesis. Consistió en la **recolección de datos** a partir de diversas **fuentes**, incluyendo **trabajo de campo**, sobre la base de *indicadores* determinados específicamente para este trabajo, y su **registro** mediante *instrumentos* diseñados a tal fin; **cartografiado** y **registro fotográfico** de los hallazgos e **investigación bibliográfica y documental** sobre planes y proyectos de desarrollo de estos sectores de la ciudad.

El trabajo se realizó a partir de tres *dimensiones* establecidas precedentemente: *Territorio*, *Consumo* y *Sociedad*.

A continuación, se presentan los resultados del estudio de casos, organizados por dimensiones. Las *secciones* descriptivas de los resultados en cada una de las *dimensiones*, se presentan ordenadas de acuerdo a las *variables* definidas para la realización del trabajo, del siguiente modo:

### Sección 1: Dimensión **Territorio**

- Caracterización urbanística
- Equipamiento urbano
- Accesibilidad y transportes
- Movilidad de los turistas y visitantes
- “Clima” o “ambientación” del sector

### Sección 2: Dimensión **Consumo**

- Alojamiento
- Alimentación
- Tiendas de venta de *souvenirs*, artesanías, ferias y mercados.
- Esparcimiento.

### **Sección 3: Dimensión *Sociedad***

- Acciones para el fortalecimiento de las actividades turísticas, originada por organismos nacionales y del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires
- Acciones para el fortalecimiento de las actividades turísticas, originada por el país de origen de la corriente migratoria
- Acciones para el fortalecimiento de las actividades turísticas, originada por la colectividad
- Acciones para el fortalecimiento de las actividades turísticas, originada por las asociaciones de vecinos, Ongs, etc.
- **Estudio comparativo**
- **Conclusiones del trabajo de campo**

Cada una de las *secciones*, entonces, describe los hallazgos para cada *dimensión*, según las *variables* explicitadas, y organizadas espacialmente por cada sector urbano estudiado, en el siguiente orden:

- Avenida de Mayo
- Barrio de La Boca
- Barrio Chino

## **6.2 Sección 1: Dimensión Territorio**

### **6.2.1 Avenida de Mayo**

#### ***Emplazamiento y delimitación***

La **Avenida de Mayo** transcurre a través del Barrio de Montserrat, delimitado por las calles y avenidas Entre Ríos, Rivadavia, Leandro N. Alem, Bartolomé Mitre, Avenida Rosales, La Rábida, Ing. Huergo, Chile, Piedras, e Independencia (según Ley 2329/07). Ubicada en el centro de la ciudad, tiene una extensión de 1.350 metros, con orientación este a oeste. Esta Avenida une los edificios donde se asientan los dos poderes básicos de la República Argentina: la Casa de Gobierno (Casa Rosada), sede del poder ejecutivo, frente a la Plaza de Mayo, espacio histórico de manifestación pública, y el Palacio Legislativo, asunto del Congreso Nacional. Se trata de un espacio urbano de límites abiertos, y que tiene un función urbana múltiple: administrativa, comercial, financiera, recreativa, cultural, residencial, turística, etc.

#### ***Características urbanas del sector***

##### **Los edificios**

El área está ocupada por edificios de mediana altura (cuatro a cinco plantas), de diversos estilos arquitectónicos: neoclásico, eclécticos, *art nouveau*, y bastante ornamentados y decorados. Muchos de los edificios son exponentes típicos de su estilo, y la mayoría han sido construidos junto con la Avenida, en sus comienzos. Algunos de los edificios son atractivos turísticos, por ejemplo el Palacio Municipal, el Palacio Urquiza, el Palacio Anchorena, entre otros. Han sido refaccionados, y su estado de conservación es desigual. Y si bien, en general presentan un buen estado de conservación, no lucen bien por falta de limpieza y pintura. Algunos están actualmente clausurados por refacciones, y algunos lucen abandonados.

La Asociación de Fomento de Montserrat declaró y colocó una placa a la fachada mejor conservada, que corresponde al edificio de Avenida de Mayo 1437, del año 1908. El uso original era comercio y vivienda para renta, y el uso actual es comercio y Oficinas. Casi todos los edificios tienen oficinas, que alternan con viviendas particulares.

**Fotografía 3:** Edificio en refacción. Avenida de Mayo.



*Fotografía de la autora. Noviembre-2010.*

**Fotografía 4:** Edificio Barolo. Avenida de Mayo.



*Fuente: pbarolo.com.ar*

*Nota: es uno de los edificios que integran la lista de atractivos turísticos.*



### **Calle y aceras**

La calle tiene el pavimento común a la ciudad y con la señalización general de la ciudad. Se trata de una gran vía con alto tránsito donde circulan 11 líneas de autobuses, automóviles y bicicletas. No es una calle peatonal en ningún momento del día, sino solo en ocasión de algún festejo, o durante el tránsito de manifestaciones populares, que se desplazan entre los dos edificios, asiento de poderes del Estado, que le dan comienzo y fin: la Casa de Gobierno (Casa Rosada) y el Palacio del Congreso. Las aceras están muy bien conservadas, y fueron renovadas hace muy pocos años. Lucen homogéneas en cuanto a color y diseño. Parte de las aceras están ocupadas por kioscos, y puestos de revistas que lucen desprolijos, con las revistas en el suelo. Ocupan la mitad del ancho de la acera. Se observa venta ambulante: desde carritos de café y emparedados, hasta baratijas (espejos, anteojos y otros objetos de baja calidad). En las aceras se encuentran algunas cabinas telefónicas. Hay entradas a los subterráneos (*metro*), todas homogéneas y muy bien conservadas.

Las paradas de autobuses son homogéneas, y se corresponden al diseño general de la ciudad. Tienen en la estructura carteles comerciales pegados, escritos y rallados. Las aceras están arboladas, predominando los plátanos (*platanus acerifolia*). Hay carteles de propaganda y del menú de los establecimientos gastronómicos, y mesas y sillas afuera de los bares y restaurantes, que ocupan el 80% de la acera, dificultando el paso de los transeúntes, que deben caminar en fila. Son heterogéneas, puesto que cada establecimiento pone sus mesas, sillas y toldos. La misma Feria Artesanal se encuentra en plena acera, a la altura del 600, con personas sentadas sobre ella, y exponiendo trabajos artesanales con una estética de los años 70. Las aceras lucen sucias, con papeles y bolsas de residuos en el suelo.

**Fotografía 5:** Vista de la Avenida de Mayo.



*Fotografía de la autora. Noviembre-2010.*

**Fotografía 6:** Vista de la Avenida de Mayo.



*Fotografía de la autora. Noviembre-2010.*

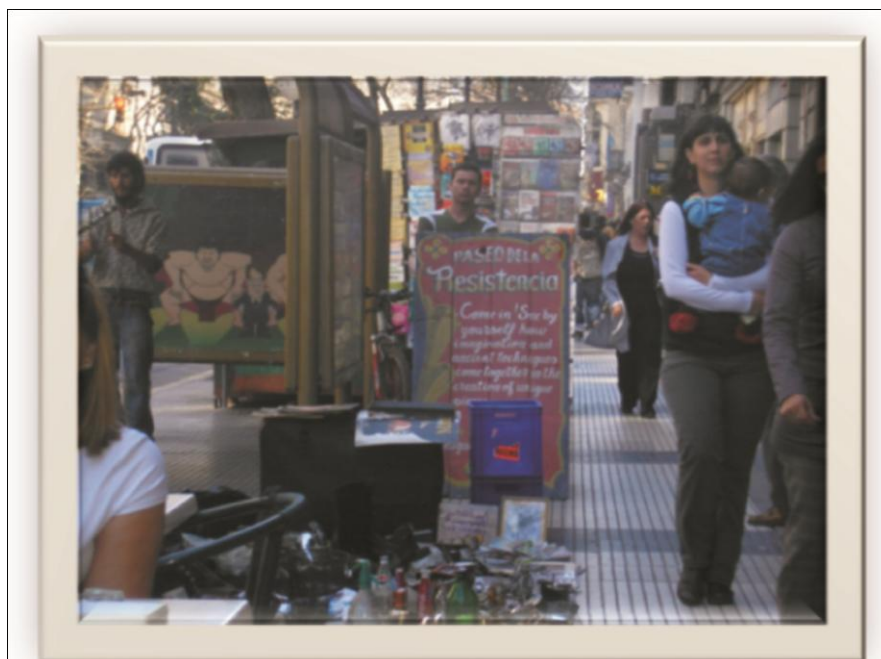
***Nota:*** Obsérvese en el fondo el monumento a Don Quijote.

**Fotografía 7:** Vista de la acera de la Avenida de Mayo.



*Fotografía de la autora. Noviembre-2010.*

**Fotografía 8:** Feria artesanal. Avenida de Mayo.



*Fotografía de la autora. Noviembre-2010.*

**Nota:** observese que la feria está ubicada en la acera.

### **Plazas y plazoletas**

La **Avenida de Mayo** tiene dos plazas (Lorea, y Mariano Moreno) y dos plazoletas, a la altura del 1100, una sobre el lateral sur y otra al suroeste.

### **Mobiliario urbano**

Cuenta con bancos de cemento, homogéneos, y separados por unos 50 metros unos de otros: son 13 bancos con vista hacia los edificios históricos, que se incorporaron en el año 2009, en el marco del Plan de Manejo del Casco Histórico. Están ubicados entre los números 501 y 1500 de la Avenida. Se trata de bancos antibandálicos, pensados para que los utilicen los turistas, para que puedan leer los mapas y observar los edificios. Hay algunas papeleras, pocas y homogéneas.

En **Avenida de Mayo** y Lima hay un Monumento a Don Quijote de la Mancha, inaugurado por la Reina Sofía de España en 1980, que conmemora los 400 años de la segunda fundación de la ciudad. La base blanca del monumento, sobre la que está Quijote, representa la llanura manchega. Está la Fuente de los Angelitos, en **Avenida de Mayo** y Lima.

Hay buzones del correo, iguales a los del resto de la ciudad. Hay presencia de cabinas telefónicas, pegadas al cordón de la acera y en locutorios. Solo en el restaurante “La Moncloa” hay canteros con flores.

**Fotografía 9:** Vista de la acera de la Avenida de Mayo.



*Fotografía de la autora. Noviembre-2010.*

**Nota:** Obsérvese los bancos instalados para turistas.



## **Cartelería**

La cartelería del nombre y altura de las calles corresponden a los de la ciudad. Son homogéneos. La cartelería de los comercios es heterogénea. Algunos carteles están en la acera. En relación a la cartelería turística, se observa un panel informativo en el edificio Casa de la Cultura (ex sede del diario La Prensa), pertenece al Ente de Turismo de Buenos Aires. Se encuentra redactado en tres idiomas (castellano, inglés, portugués). Está en buen estado, pero sucio.

### **Fotografía 10:** Cartel informativo del edificio de Casa de la Cultura.

Avenida de Mayo.



*Fotografía de la autora. Noviembre-2010.*

**Nota:** obsérvese la escasa legibilidad del cartel.

### **Alumbrado público**

La Avenida tiene dos tipos de alumbrado: uno general, las farolas que posee toda la ciudad; y uno de carácter turístico: son algunos faroles con macetas, que no tienen las flores, o están secas, y que solo se lo encuentran en unas pocas cuadras. Algunos establecimientos hoteleros y gastronómicos y edificios tienen faroles. Todos heterogéneos.

### ***Accesibilidad y Transportes***

#### **Sistema viario general, de acceso al área turística**

Es una Avenida cortadas por calles perpendiculares cada 100 metros y por la gran Avenida 9 de julio.

#### **Sistema viario interno del área turística**

La **Avenida de Mayo** no es calle peatonal. Solo llega a ser peatonal en ocasiones especiales como fiestas y manifestaciones entre otras (se verá en detalle en la dimensión sociedad). El ancho de calzada es de 17 metros, y el de acera, 6,5 metros. La avenida tiene 5 carriles para la circulación de vehículos. Los pasos peatonales son en todas las esquinas, y se corresponden con las sendas peatonales marcadas horizontalmente. Están en buen estado, bien pintadas de color blanco, y separadas entre sí por una distancia de 100 metros. En las esquinas hay semáforos. El aparcamiento de automóviles y taxis en la Avenida es igual al resto de la ciudad. Calles y Avenidas principales y secundarias que la atraviesan son la calle Florida y Avenida 9 de julio.

Esta Avenida también posee pasajes peatonales que la conectan con alguna de las dos calles paralelas, que son:

- El Pasaje de la Resistencia. Avenida de Mayo y calle Perú.
- Pasaje Roverano. Avenida de Mayo 560.
- Pasaje Urquiza. Avenida de Mayo 747/53.
- Pasaje Barolo. Avenida de Mayo 1370.

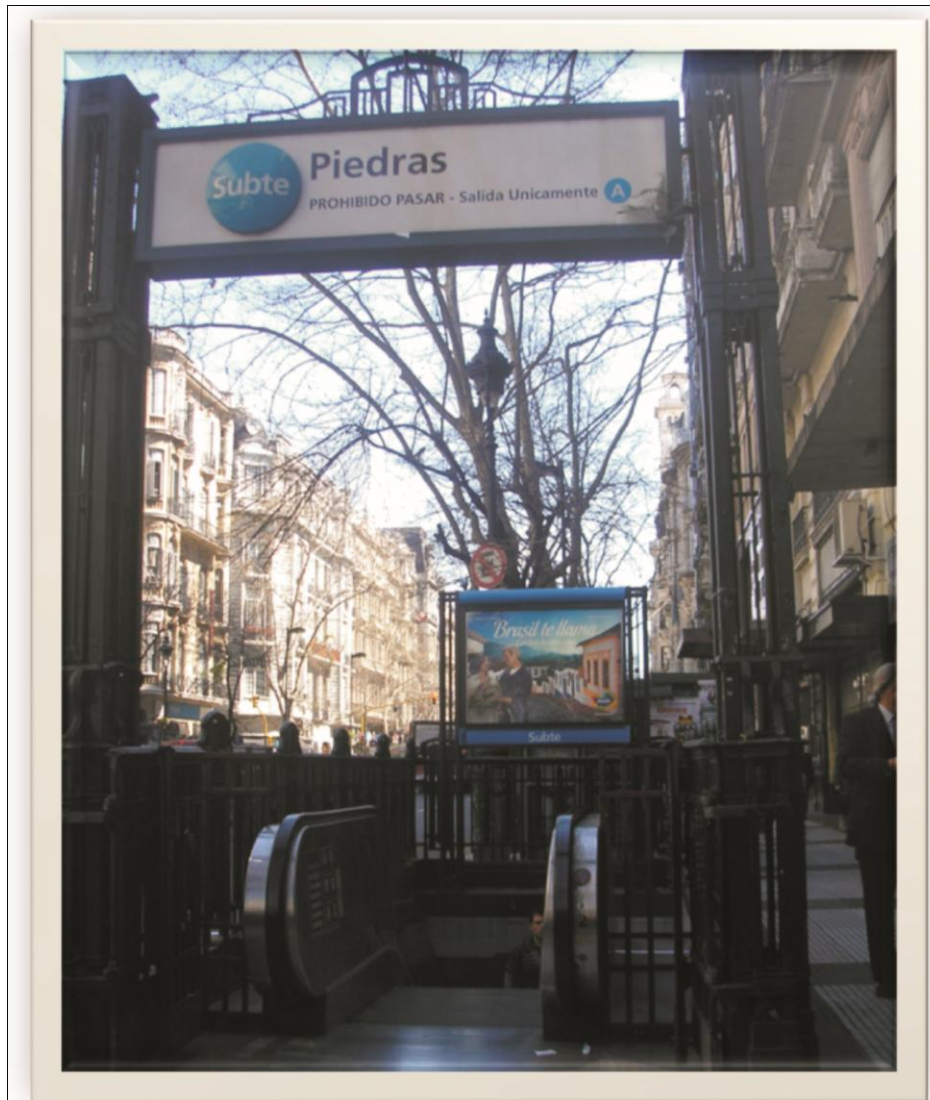
## **Transportes**

### ***Líneas de subterráneos***

La **Avenida de Mayo** tiene las siguientes estaciones de la línea A de subterráneos:

- Estación Perú: tiene 2 accesos. Avenida de Mayo 525.
- Estación Piedras: tiene 4 accesos. Avenida de Mayo 829.
- Estación Lima: tiene 4 accesos. Avenida de Mayo 1110.
- Estación Sáenz Peña: tiene 4 accesos. Avenida de Mayo 1400.

**Fotografía 11:** Salida de la estación “Piedras” de subterráneos.  
Avenida de Mayo.



*Fotografía de la autora. Noviembre-2010.*

**Nota:** obsérvense los edificios de la calle.

Las entradas a los subterráneos son homogéneas y están muy bien conservadas.

La Estación Perú, de la primera línea de subterráneos que tuvo la ciudad, fue inaugurada en 1911, y en 1997 declarada monumento histórico. En los años 80 fue remodelada, volviéndola a la estética de su primera época.

### ***Servicios de autobuses, generales y turísticos***

Las líneas de autobuses que recorren la **Avenida de Mayo** son las siguientes:

- Línea 5. Barrio Piedra Buena-Retiro.
- Línea 7. Parque Avellaneda- Retiro.
- Línea 8. Avenida General paz y Avenida Eva Perón- Aeropuerto Internacional de Ezeiza.
- Línea 24. Villa del Parque. Wilde.
- Línea 56. Retiro-Ciudad de Evita.
- Línea 64. Barrancas de Belgrano-La Boca
- Línea 86. La Boca-González Catan.
- Línea 98. Plaza Miserere- Berazategui.
- Línea 105. Correo central-Villa Parque.
- Línea 151. Plaza constitución-Puente Saavedra
- Línea 168. La Boca-San Isidro/Constitución-Villa Devoto.

Las paradas de autobuses son homogéneas.

El *bus turístico* de la Ciudad de Buenos Aires incluye en su recorrido la **Avenida de Mayo**. Atraviesa toda la Avenida, pero no tiene una parada en ella. Las paradas las realiza en la Plaza de Mayo y el Congreso Nacional. Los autobuses de las agencias de turismo receptivo transitan también la Avenida.

### **Movilidad de los turistas y visitantes**

Los desplazamientos que pueden realizar los turistas y visitantes son sin itinerarios, en espacio abierto y cerrado, libre, no señalizados, y no planificados. El tipo de circuitos es libre. De todas formas hay servicios de guiado que se contratan en agencias receptoras. Visitas esporádicas y programadas suele realizar el Ente de Turismo de Buenos Aires. Algunas de ellas han tenido relación con la corriente migratoria. Los turistas y visitantes se pueden desplazar en vehículos particulares, turísticos o simplemente caminando.



Las actividades turísticas que se pueden realizar son:

- Caminar,
- Observar,
- Visitar edificios, cafés notables, el museo del tango, la estación museo de la línea A de subterráneos, y el Hotel Castelar (la habitación de García Lorca),
- Degustar comida española,
- Comprar artesanías, artículos de cuero, plata y libros,
- Comer en bares y restaurantes.

### ***“Clima” o “Ambientación” en el área***

El ambiente de la Avenida es ajetreado durante el día, y abúlico durante la noche. Su función principal es la administrativa y comercial, y en menor medida turística y residencial, a la vez que es una importante vía de comunicaciones y desplazamiento urbano. El espacio público está desordenado, e invadido por actividades privadas.

**Fotografía 12:** Ocupación el espacio público con puestos de revistas y venta ambulante en la acera. Avenida de Mayo.



*Fotografía de la autora. Noviembre-2010.*

**Fotografía 13:** Invasión del espacio público.  
Venta ambulante en la acera. Avenida de Mayo.



*Fotografía de la autora. Noviembre-2010.*

**Fotografía 14:** Vista de la acera de la Avenida de Mayo.



*Fotografía de la autora. Noviembre-2010.*

Por ello, es una calle donde se transita rápido, con gente que entra y sale de subterráneos, sube y baja de las paradas de autobuses, y camina rápidamente, sorteando mesas de bares, puestos de revistas, vendedores ambulantes, bicicletas, cabinas, carteles, etc.

Por la mañana, es el ambiente del centro de una gran ciudad, con oficinistas que van a comer a los restaurantes y bares. Por la noche, residentes y turistas van a los locales de restauración y al teatro, a la par de los así llamados “cartoneros”. Se trata de personas en condiciones de indigencia, que buscan entre los desperdicios alguna cosa de valor (por ejemplo, cartón. De allí el nombre de *cartoneros*), un grupo humano que ha hecho su aparición luego de la crisis del 2001.

Más allá de lo anterior, por la noche la **Avenida de Mayo** es un lugar sórdido, poco transitado por transeúntes, y, más allá de los locales gastronómicos y algún espectáculo en el teatro, nada invita a visitar nada, y menos aún a dar un paseo caminando. Tanto de día como de noche la presencia de turistas y visitantes pasa desapercibida por el alto movimiento de residentes en la zona. Sí, se pueden ver los autobuses de turismo. Hay una oferta de espectáculos en la vía pública. Son todos espectáculos programados. (Se detallan en el apartado *sociedad*).

### ***La función turística de la Avenida de Mayo***

La **Avenida de Mayo** fue declarada Lugar Histórico Nacional en 1997, (Decreto N° 437 del año 1997, del Poder Ejecutivo Nacional) y tiene dieciséis (16) atractivos turísticos reconocidos y publicados por el Ente de Turismo de Buenos Aires, cuya lista es la siguiente:

1. **Palacio Municipal.** Avenida de Mayo y Bolívar.
2. **Casa de la Cultura.** Avenida de Mayo 575.
3. **Cabildo.** Avenida de Mayo y Bolívar.
4. **Pasaje Roverano.** Avenida de Mayo 506.
5. **Estación-Museo de Subterráneo Perú de la línea A.**
6. **Confitería London City.** Avenida de Mayo 599.
7. **Palacio Urquiza Anchorena.** Avenida de Mayo 747.
8. **Palacio Vera.** Avenida de Mayo 767-777.
9. **Café Tortoni.** Avenida de Mayo 825-833.
10. **Hotel Castelar.** Avenida de Mayo 1150.
11. **Teatro Avenida.** Avenida de Mayo 1212.
12. **Café Los 36 Billares.** Avenida de Mayo 1265-1271.
13. **Hotel Majestic.** Avenida de Mayo 1317.
14. **Palacio Barolo.** Avenida de Mayo 1370.

15. **Edificio Ex diario Critica.** Avenida de Mayo 1333.

16. **Edificio La Inmobiliaria.** Avenida de Mayo entre Luis Sáenz Peña y San José.

### **Servicios turísticos**

Se presenta a continuación una lista de establecimientos que, ubicados sobre la **Avenida de Mayo**, prestan servicios turísticos (alojamiento, alimentación, esparcimiento, agencias de viajes, bancos y cambio de moneda, etc.).

### **Servicios de alojamiento**

Sobre la **Avenida de Mayo** se ubican veinticuatro (24) establecimientos hoteleros, cuya nomina es la siguiente (ver en la sección “Consumo” la categoría de cada hotel):

1. **Hotel Avenida.** Avenida de Mayo 623.
2. **Turista Hotel.** Avenida de Mayo 686.
3. **Hotel Tandil.** Avenida de Mayo 860.
4. **Hotel Argentino.** Avenida de Mayo 860.
5. **Gran Hotel Hispano.** Avenida de Mayo 861.
6. **Novel Hotel.** Avenida de Mayo 915.
7. **Hotel Astoria.** Avenida de Mayo 916.
8. **Hotel Alcázar.** Avenida de Mayo 935.
9. **Avenue Hostal.** Avenida de Mayo 950.
10. **Hotel Ritz.** Avenida de Mayo 1111.
11. **Hotel Castelar.** Avenida de Mayo 1152.
12. **Reyna Hotel.** Avenida de Mayo 1120.
13. **Madrid Hotel.** Avenida de Mayo 1135.
14. **Hotel Cecil.** Avenida de Mayo 1239.
15. **MilHouse Avenue.** Avenida de Mayo 1245.
16. **Hotel Chile.** Avenida de Mayo 1297.
17. **Nuevo Mundial Hotel** Avenida de Mayo 1298.
18. **Marbella Hotel.** Avenida de Mayo 1261.
19. **Hotel Familiar Karina.** Avenida de Mayo 1277. 1° Piso.
20. **Hotel el Colonial.** Avenida de Mayo 1277. 2° Piso.
21. **Avenida Petit Hotel.** Avenida de Mayo 1347.
22. **Hotel Gran Vedra.** Avenida de Mayo 1350.
23. **Metro Hotel.** Avenida de Mayo 1410.
24. **Roma Hotel.** Avenida de Mayo 1414.

## Servicios de alimentación

Sobre la Avenida de Mayo se ubican los siguientes cuarenta y tres (43) establecimientos gastronómicos (bares, cafés, y restaurantes):

1. **El Imparcial.** Avenida de Mayo 575.
2. **Bar y Restaurante Antojos.** Avenida de Mayo 578.
3. **London City.** Avenida de Mayo 599.
4. **Havanna.** Avenida de Mayo 615.
5. **Bar el Cid II.** Avenida de Mayo 620.
6. **La Embajada del Café.** Avenida de Mayo 631.
7. **La Junta de 1810.** Avenida de Mayo 641.
8. **McDonald's.** Avenida de Mayo 650.
9. **Restaurante Pedemonte.** Avenida de Mayo 682.
10. **Bar Tirano.** Avenida de Mayo 698.
11. **Café M. 1933.** Avenida de Mayo 699.
12. **Eva Bistró.** Avenida de Mayo 714.
13. **Parrilla al paso.** Avenida de Mayo 746.
14. **Olimpia Heladería.** Avenida de Mayo 752.
15. **Harmony Bar Restaurante.** Avenida de Mayo 790.
16. **Ouro fino.** Avenida de Mayo 799.
17. **Bar Pichín.** Avenida de Mayo 802.
18. **Café Tortoni.** Avenida de Mayo 825-833.
19. **Restaurante La Argentina.** Avenida de Mayo 860.
20. **Confitería la Alhambra.** (cerrado) Avenida de Mayo 900.
21. **Restaurante Goya.** Avenida de Mayo 901.
22. **Bar Argentino.** Avenida de Mayo 933.
23. **Ciberbart Star. Bar, Cibert, Locutorios.** Avenida de Mayo 937.
24. **Café Dalí.** Avenida de Mayo 948.
25. **Grill Oriente.** Avenida de Mayo 999.
26. **Quijote Pizza Caffé.** Avenida de Mayo 1101.
27. **Café Iberia** Avenida de Mayo 1196.
28. **Parrilla libre/Buffer Flor de Mayo.** Avenida de Mayo 1124.
29. **Confitería del Hotel Castelar.** Avenida de Mayo 1152.
30. **Bar Restaurante Teatral La Clac.** Avenida de Mayo 1156.
31. **Plaza Asturias.** Avenida de Mayo 1199.
32. **Pizza Café Alameda** Avenida de Mayo 1201.
33. **Rancho Mayo.** (cerrado) Avenida de Mayo 1245.
34. **Café Los 36 Billares.** Avenida de Mayo 1265-1271.

35. **Plaza España.** Avenida de Mayo 1299.
36. **El Sitio.** Avenida de Mayo 1354.
37. **Irish Pub.** Avenida de Mayo 1357.
38. **Bar Tango.** Avenida de Mayo 1370.
39. **Ávila Restaurante.** Avenida de Mayo 1384.
40. **Pizzería la Continental.** Avenida de Mayo 1389.
41. **La Moncloa.** Avenida de Mayo 1400.
42. **Federico Sushi Resto.** Avenida de Mayo 1402.
43. **Restaurante Chino. Parrilla Libre/buffet.** Avenida de Mayo 1423.

### **Comercio turístico**

Sobre la **Avenida de Mayo** se desarrolla una intensa actividad comercial, pero los establecimientos destinados al turista, o de interés del turista, son pocos, e integran la lista que sigue:

*Tiendas de venta de regionales, artesanías, souvenirs*

- **Feria Artesanal del Cabildo.** Avenida de Mayo 520.
- **Paseo de la Resistencia. Artesanías.** Avenida de Mayo 650.
- **Artesanías (elaboradas en el sitio)** Avenida de Mayo 651.
- **Venta de Regionales.** Avenida de Mayo 657.
- **Circuito comercial a cielo abierto Avenida de Mayo** (paseo de los artesanos. Y Artículos regionales Montserrat. Especialidades: artesanías en madera, vidrio, bijouterie, etc.

*Comercio de cueros y plata*

- **Platería Parodi.** Avenida de Mayo 720.
- **Botinería D.A.Z.** Avenida de Mayo 753.
- **Bazar Wright- regalos.** Avenida de Mayo 853
- **Artículos de cuero Avedis.** Avenida de Mayo 864.
- **Cueros Pampa.** Avenida de Mayo 875.
- **Casa Bustamente** Avenida de Mayo 961.
- **Calzados Santt.** Avenida de Mayo 1289.
- **Marroquinería.** Avenida de Mayo 1381.

### **Esparcimiento**

Sobre la **Avenida de Mayo** se ubican los siguientes diez (10) sitios destinados a actividades culturales y de esparcimiento.

1. **Academia Superior de Tango y Museo Mundial del Tango.** Avenida de Mayo 825-833. Planta alta.
2. **Café Tortoni.** Avenida de Mayo 825-833.
3. **Bar Restaurante Teatral La Clal.** Avenida de Mayo 1156.
4. **Hotel Castelar/Comisión de Cultura.** Avenida de Mayo 1152.
5. **Teatro Avenida.** Avenida de Mayo 1222.
6. **Billar.** Avenida de Mayo 1265/71. Debajo del bar 36 billares. En el subsuelo.
7. **Café London City.** Avenida de Mayo 1265-1271.
8. **Café los 36 Billares.** Avenida de Mayo 1265-1271.
9. **Bar Tango.** Avenida de Mayo 1370.
10. **Restaurante Ávila.** Avenida de Mayo 1384.

### **Agencias de viajes y servicios bancarios**

En la **Avenida de Mayo** se ubican cinco (5) agencias de viajes, cinco (5) bancos, y tres (3) cajeros automáticos de la red Banelco. Dos de los bancos son de origen español: Galicia y Santander Río.

#### *Agencias de Viajes*

1. **Biblos Travel Argentina.** Avenida de Mayo 605.
2. **Constantino Viajes.** Avenida de Mayo 633. 1° Piso.
3. **Agencia de Viajes Soles Fun & Leisure.** Avenida de Mayo 953. 2° Piso.
4. **Agencia de Viajes Hispanya Viajes.** Avenida de Mayo 1235.
5. **Say Hueque Travel Agency.** Avenida de Mayo 1257.

#### *Bancos y cambio de moneda*

1. **Banco Galicia.** Avenida de Mayo 580.
2. **Banco Santander Río de la República Argentina.** Avenida 25 de Mayo 599.
3. **Banco Francés.** Avenida de Mayo 782.
4. **Banco HSBC.** Avenida de Mayo 701.
5. **Banco Francés.** Avenida de Mayo 1165.
6. **Cajero Banelco del Banco Standardbank.** Avenida de Mayo 1202.
7. **Cajero Banelco del Banco Patagonia.** Avenida de Mayo 1441.
8. **Cajero del Banco Nación Argentina.** Avenida de Mayo 1464.

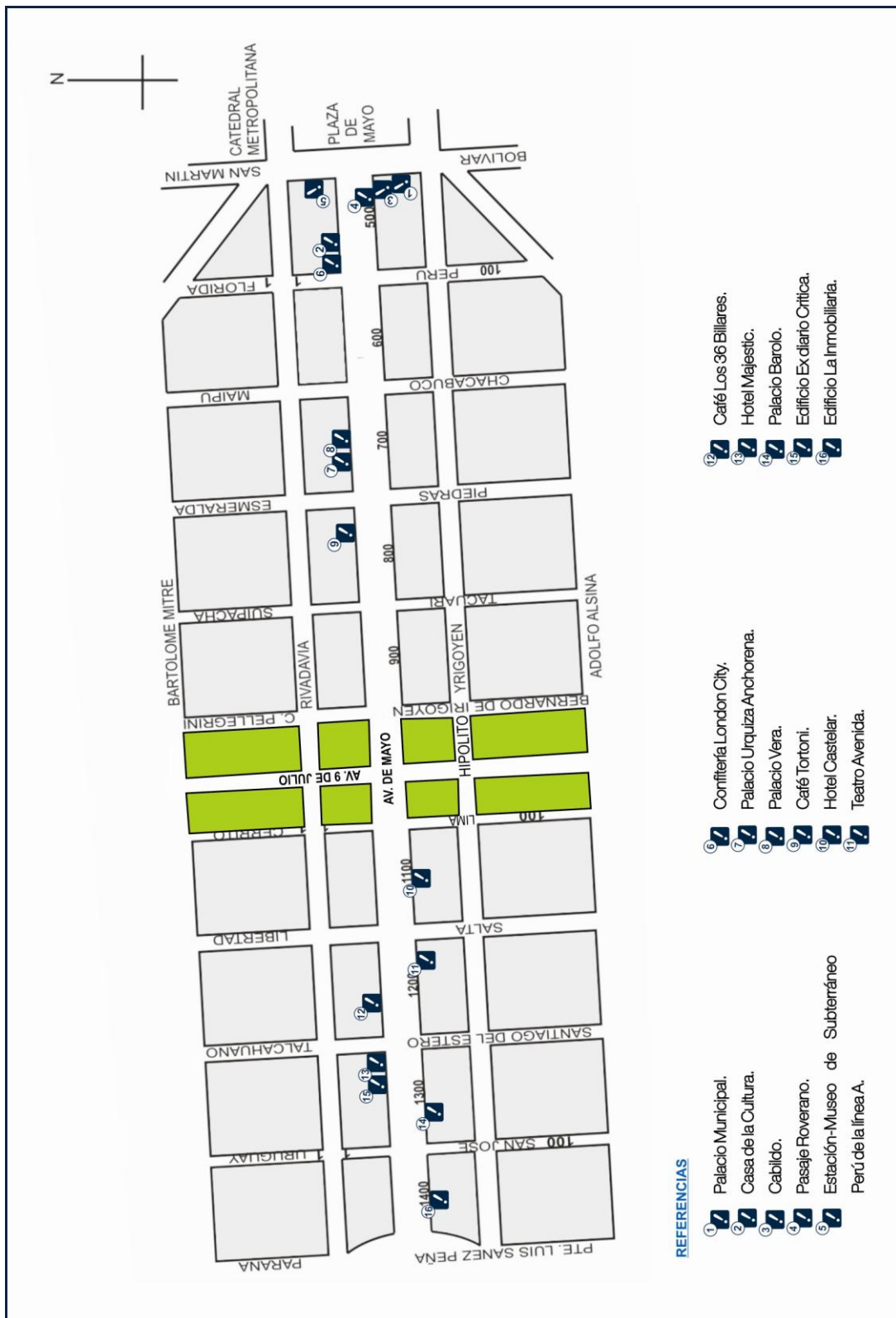
### **Distribución espacial de los componentes de la función turística**

A continuación se presentan mapas de la distribución espacial de los componentes de la función turística. La forma de la distribución de estos establecimientos y atractivos es lineal, debido a que se trata de una Avenida, y heterogénea, en el sentido de que tanto los atractivos cuanto los distintos servicios turísticos, se concentran en algunos lugares, como, por ejemplo, en la acera de la Avenida, entre las alturas del 1100 y 1200, hay trece (13) hoteles; Y en la altura del 600, hay ocho bares y restaurantes.

En conjunto, los tramos de mayor concentración de la función turística de la Avenida, son los que corresponden a las alturas de numeración 1100-1200, y 500-600.

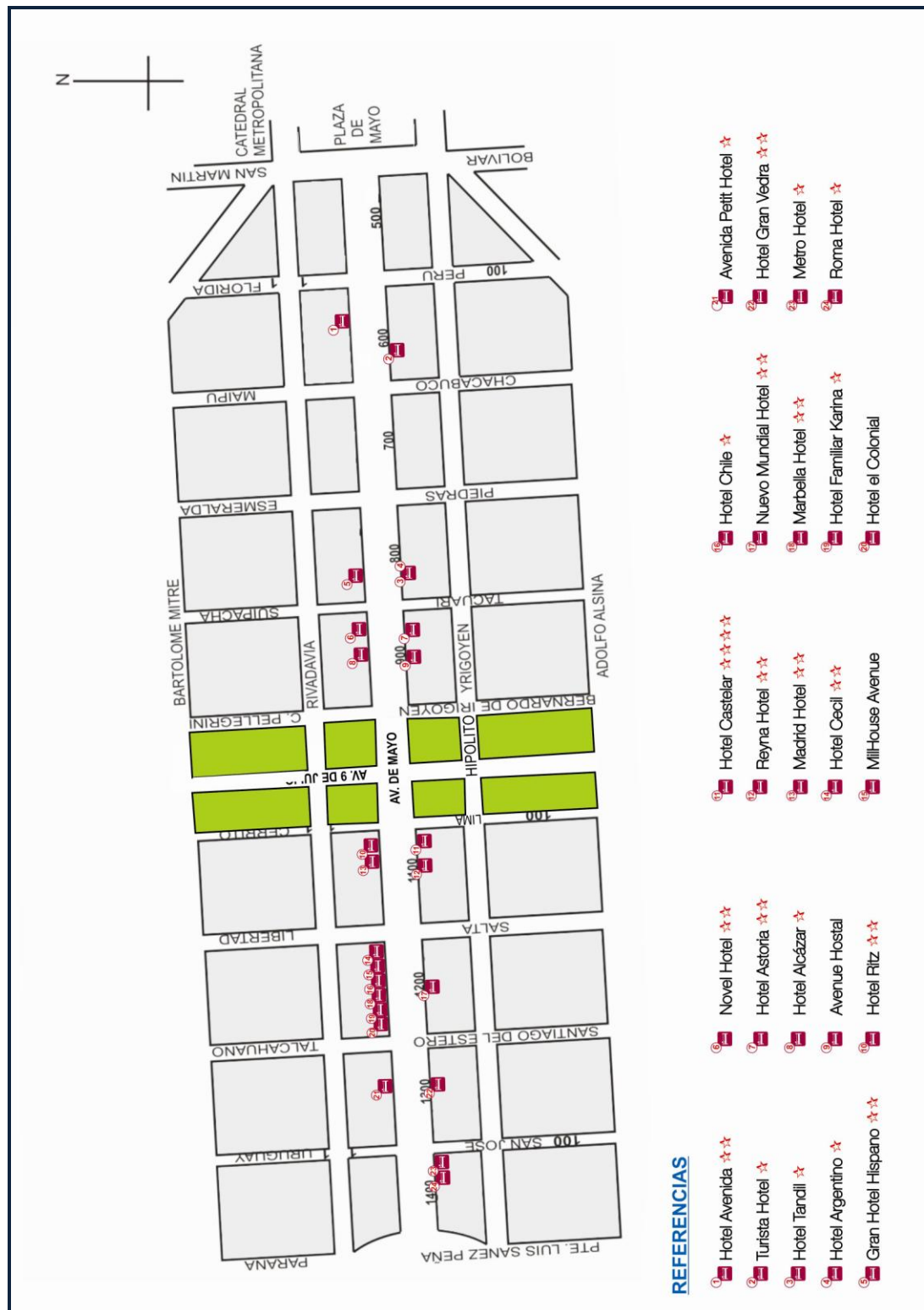


**Mapa 22:** Distribución de los atractivos turísticos. Avenida de Mayo.



Fuente: Elaboración propia.

**Mapa 23:** Distribución de los servicios de alojamiento. Avenida de Mayo.



Fuente: Elaboración propia.

**Mapa 24:** Distribución de los servicios de alimentación. Avenida de Mayo.



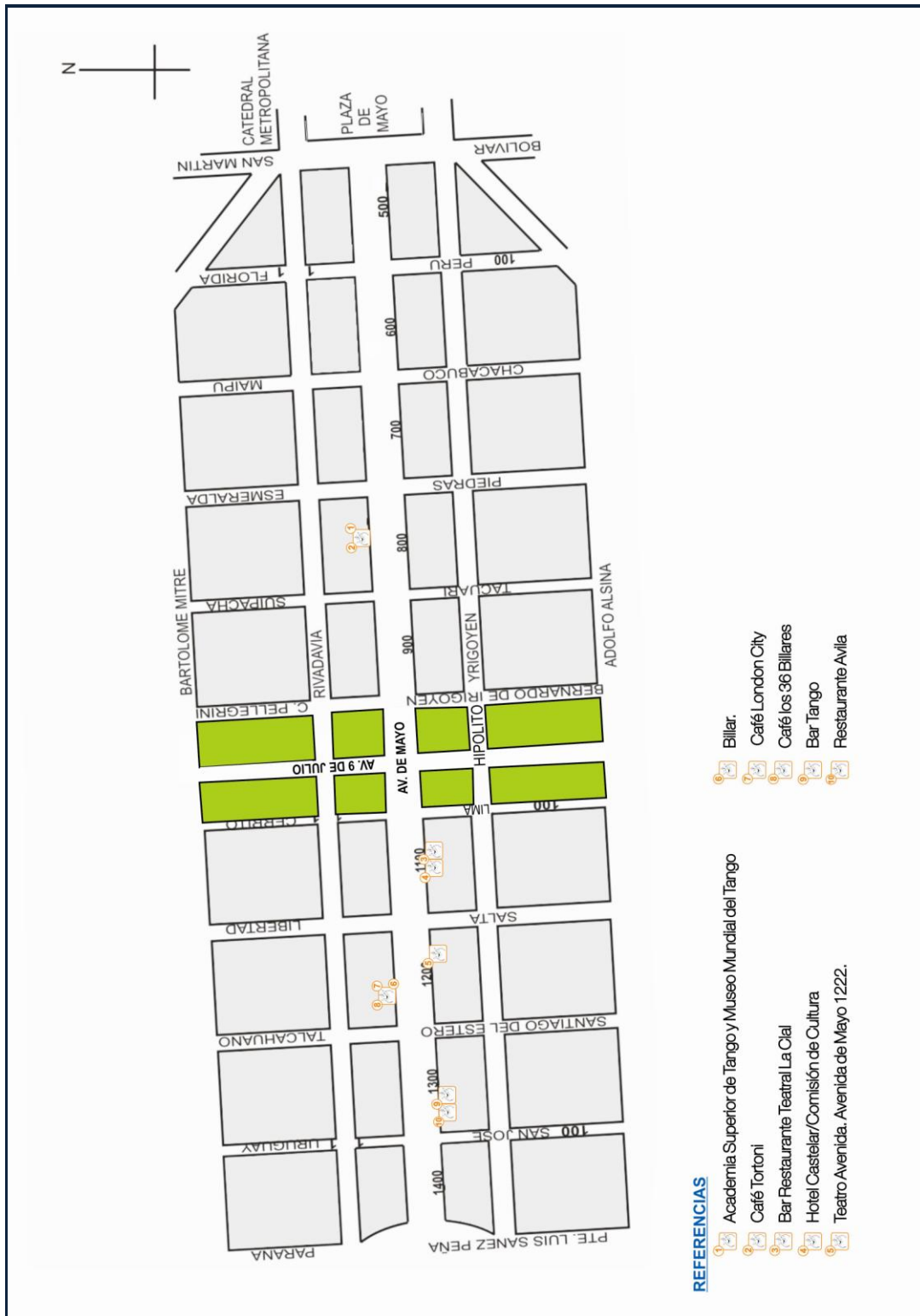
Fuente: Elaboración propia.

**Mapa 25:** Distribución de los comercios turísticos. Avenida de Mayo.



Fuente: Elaboración propia.

**Mapa 26:** Distribución de los servicios de esparcimiento. Avenida de Mayo.



Fuente: Elaboración propia.

**Mapa 27:** Distribución de los servicios de bancos y cambio de moneda.

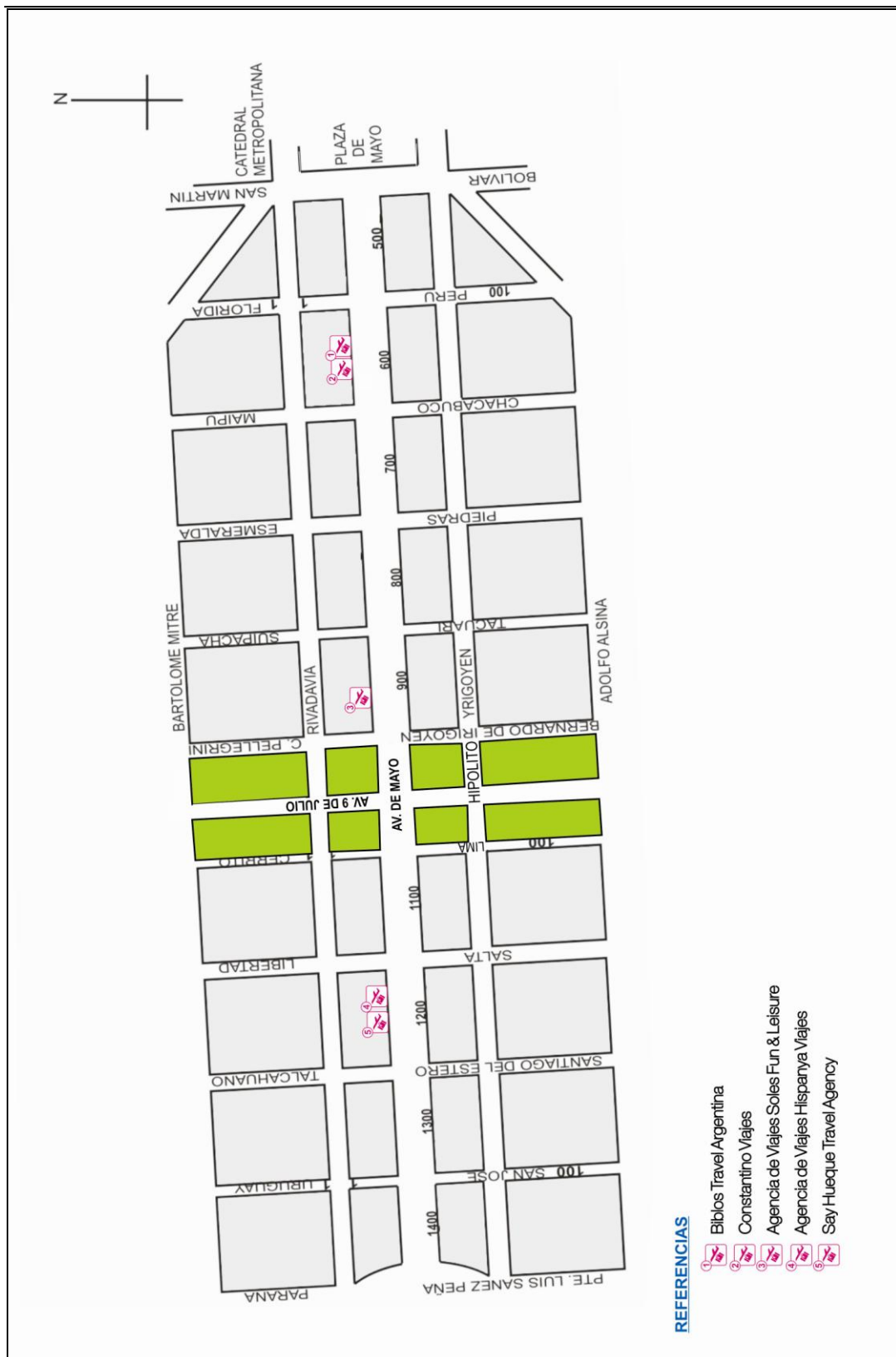
Avenida de Mayo.



Fuente: Elaboración propia.

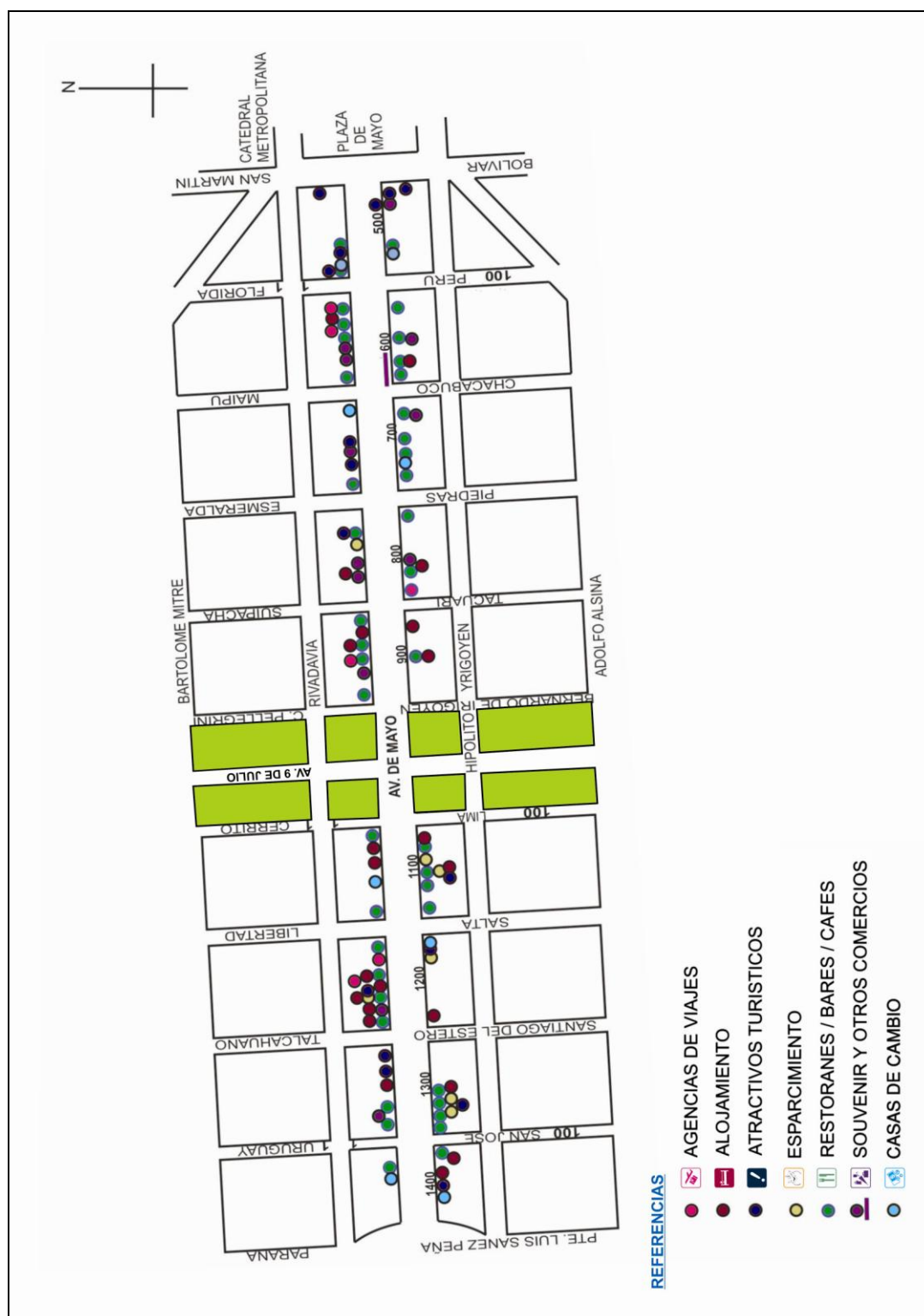


**Mapa 28:** Agencias de viajes. Avenida de Mayo.



Fuente: Elaboración propia.

**Mapa 29:** Distribución del conjunto de los componentes de la función turística.  
Avenida de Mayo.



Fuente: Elaboración propia.



## **Síntesis**

La **Avenida de Mayo** se localiza en el centro de la ciudad, y cuenta con:

- Dieciséis (16) atractivos turísticos reconocidos y publicados por el Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires.
- Veinticuatro (24) establecimientos hoteleros.
- Cuarenta y tres (43) gastronómicos.
- Cinco (5) sitios dedicados a la venta de artículos regionales, artesanías.
- Ocho (8) comercios de artículos de cuero y plata.
- Diez (10) lugares dedicados a actividades de esparcimiento.
- Cinco (5) agencias de viajes.
- Cinco (5) bancos y tres (3) cajeros Banelco.
- Once (11) Agencias Oficiales de Lotería Nacional.
- Numerosos kioscos, locutorios, farmacias, mercados, librerías, entre otros.
- Se encuentran además dos edificios de la función pública, la dependencia de la policía federal argentina y la oficina de la AfIP.

Las funciones urbanas que desempeña, son comercial, administrativa, cultural, turística y residencial. Es una gran vía con alto tránsito de vehículos y peatones. No es calle peatonal, excepto en ocasiones especiales como fiestas y manifestaciones. La edificación es en altura, con varios estilos, y un mediano estado de conservación de los edificios. El espacio urbano público está desordenado, sucio, e invadido. La Avenida tiene cinco (5) estaciones de Subterráneo de la Línea A y las paradas de once (11) líneas de autobuses. El bus turístico de la Ciudad de Buenos Aires incluye en su recorrido la **Avenida de Mayo**. Los autobuses de las agencias de turismo receptivo transitan también la Avenida. El tipo de desplazamientos que pueden realizar los turistas y visitantes son sin itinerarios, en espacio abierto y cerrado. El tipo de circuitos es libre. Pero hay servicios de guiado.

Si bien degradada y en decadencia, por su historia, por sus actuales establecimientos hoteleros y gastronómicos, y por sus atractivos, continúa siendo importante la función turística de la **Avenida de Mayo**.

## **6.2.2 Barrio de La Boca**

### ***Emplazamiento y delimitación***

El **Barrio de La Boca** se encuentra situado al sur de la Ciudad de Buenos Aires, entre las Avenidas Regimiento de Patricios, Martín García, Paseo Colón, Brasil, y Elvira Rawson de Dellepiane, paredón de la Costanera Sur, el límite catastral sur de la Reserva Ecológica, el Río de la Plata, el Riachuelo, y la prolongación virtual de Avenida Regimiento de Patricios. Limita con los barrios de de Barracas al oeste, San Telmo al noroeste y Puerto Madero al noroeste y con las localidades de Dock Sud y Avellaneda al sur. Los límites al sector de La Boca con función turística son claros. Hace de límite natural el Riachuelo. Los visitantes ingresan por la avenida Pedro de Mendoza o General La Madrid, ya que allí están las paradas de autobuses turísticos y los taxis. En cualquiera de estas dos calles los visitantes se sienten que ingresan al área de turismo del barrio. El final del recorrido es el final de la calle peatonal o como desaparecido los colores de las viviendas y los comercios. Si bien en el área hay otros sitios de interés turísticos son pocos los turistas que se alejan de este núcleo.

### ***Características urbanas del sector***

#### **Los edificios**

Si se considera el área en que la función turística es más importante, que son las tres calles peatonales, se observa que los edificios son de arquitectura popular: casas y conventillos. La mayoría está reacondicionados, adaptados a la función turística. Por ejemplo conventillos convertidos en paseos, museos, tiendas de *souvenirs* y *ateliers*. Las fachadas, restauradas y coloridas, están pintadas con colores muy vivos, predominando el verde, el amarillo, el rojo, celeste, naranja, azul, etc. En varias hay figuras en relieve, murales, estatuas, balcones, etc.

**Fotografía 15:** Conventillo reconvertido en comercio turístico.

Barrio de La Boca.

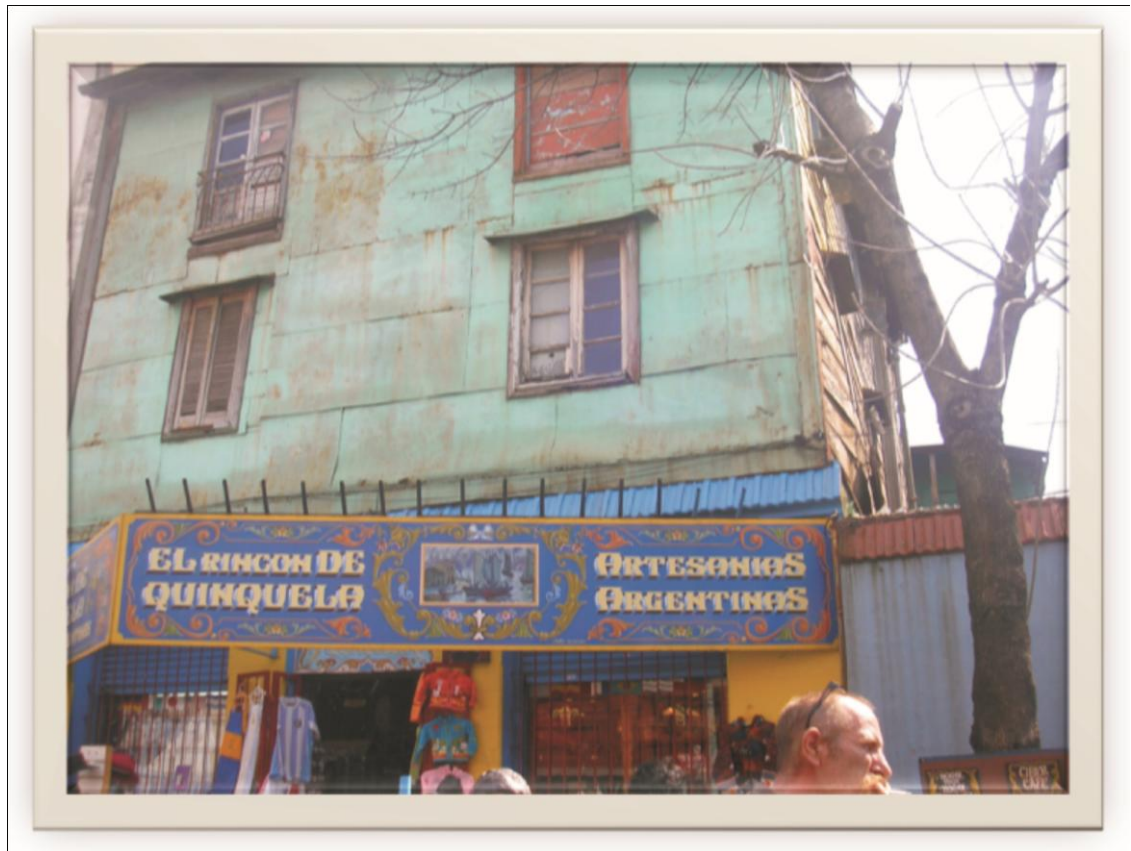


*Fotografía de la autora. Noviembre-2010.*

**Nota:** *obsérvese la estética de la cartelería, con “filete porteño”.*

El estado de conservación, en general, es bueno, y en algunos casos muy bueno. Algunos de los edificios tienen pintura saltada. Algunos se encuentran en buen estado y reacondicionados en la parte baja (que cumple la función turística), mientras que la parte superior se encuentra en estado precario y/o abandonado, lo que implica un contraste muy marcado. Algunos locales de comercios no-turístico siguen manteniendo la línea colorista del resto de los edificios.

**Fotografía 16:** Vista del aspecto exterior de un edificio. Barrio de La Boca.



*Fotografía de la autora. Noviembre-2010.*

**Nota:** en esta fotografía se puede apreciar el contraste entre el estado de conservación de la parte baja, dedicada a comercio turístico, y de la parte alta, de uso residencial.).

**Fotografía 17:** Local de compostura de calzado. Barrio de la Boca.



*Fotografía de la autora. Noviembre-2010.*

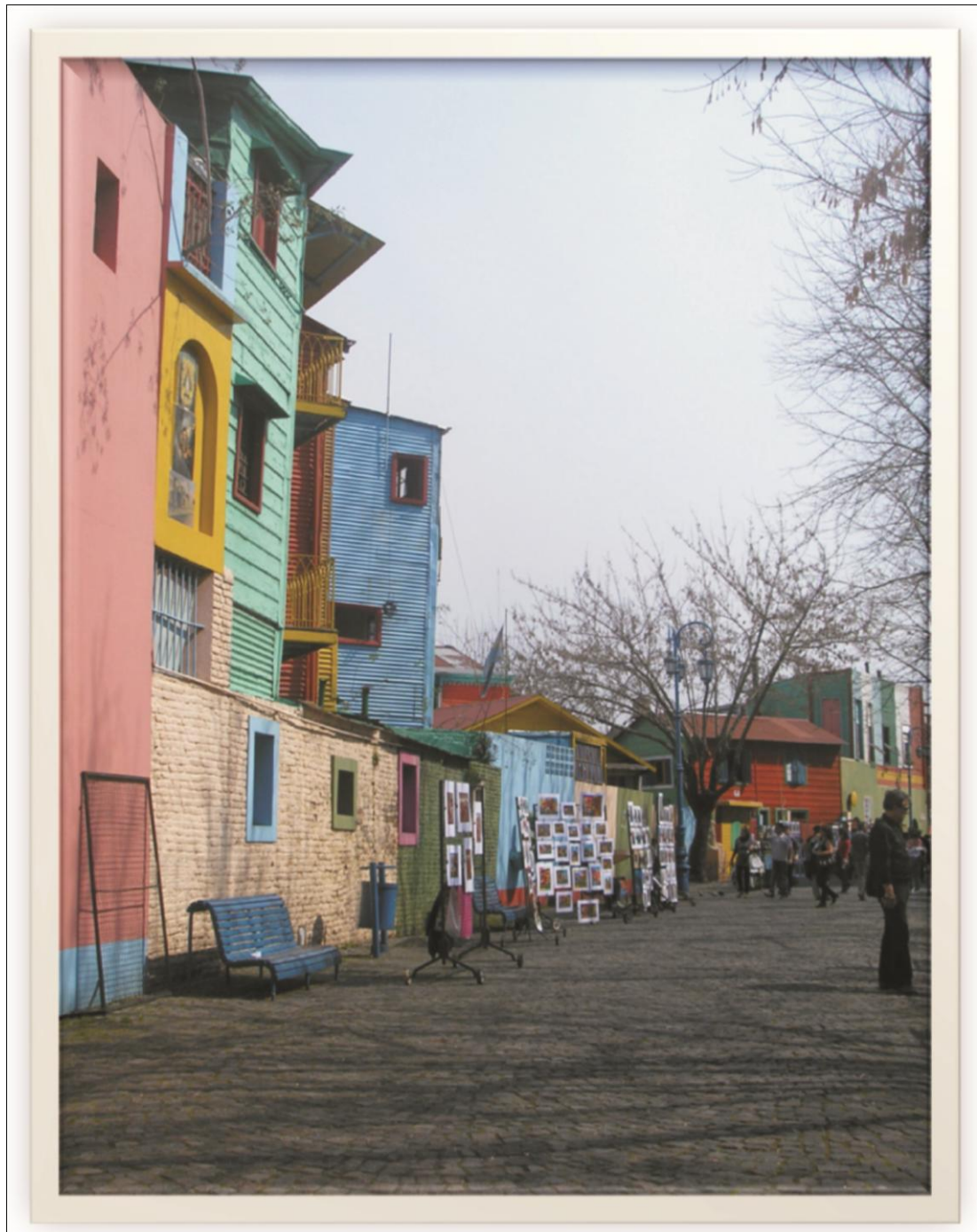
*Nota: Obsérvese la continuidad en el estilo colorista en un comercio no turístico.*



### **Calles y aceras**

Algunas de las calles conservan el adoquinado original: Magallanes, Caminito, Pedro de Mendoza (en La Vuelta de Rocha), Dr. Enrique del Valle Iberlucea (esta última con algunos parches de cemento). El resto de las calles tiene asfalto común.

**Fotografía 18:** Calle Caminito. Barrio de La Boca.



*Fotografía de la autora. Noviembre-2010.*

**Nota:** observese el adoquinado original.

El estado de conservación de las calles es bueno. En algunos tramos se observa presencia de agua. Las aceras tienen diferentes tipos de baldosas. Solo en algunos tramos son homogéneas. La mayoría son altas, con escalones, no aptas para personas con discapacidad. Las aceras tienen árboles.

Si se considera las inmediaciones del área en función turística, o sea, la zona no nuclear, el estilo de la edificación es el mismo, pero no así el estado de su conservación: los edificios están degradados, sin pintura, y contrastan con los del área nuclear de función turística. Este contraste es aún mayor cuando se considera el sector de barrio de uso exclusivamente residencial.

**Fotografía 19:** Calle con adoquines.Vuelta de Rocha. Barrio de La Boca.



Fotografía de la autora. Noviembre-2010.

### **Plazas, plazoletas y parques**

El **Barrio de La Boca** cuenta con los siguientes espacios verdes:

- **Plaza Solís.** Entre calles Olavarría, Caboto, Suarez y Ministro Brin.
- **Plaza Almirante Brown.** Entre calles Irala, Salvadores, Alvear Núñez y California.
- **Plazoleta de los Suspiros.** Vuelta de Rocha y Magallanes.
- **Plaza Islas Malvinas.** Situado en la esquina de las calles Caboto y Pérez Galdós.
- **Plaza Matheu.** Entre las calles Magallanes, Irala, La Madrid y Hernandarias.
- **Plazoleta de los Bomberos Voluntarios.** Se encuentra en la calle Lamadrid y Garibaldi.
- **Parque de la Flora Nativa Casa Amarilla.** Entre las calles Irala, Pi y Margall, Aristóbulo del Valle y las vías del ferrocarril.

### **Mobiliario urbano**

Hay bancos en la calle Pedro de Mendoza, en la Vuelta de Rocha. Son heterogéneos. También en la calle Caminito: son todos homogéneos, de madera, pintados en color azul. Hay papeleras, heterogéneos: algunos son de color rojo, otros de acero, y otros son cestos tarros de residuos (de plástico). En la calle Caminito las papeleras son homogéneas. Hay muchos murales en todo el área, que contribuyen a la función turística de lugar. A continuación se listan con su título y ubicación.

- **El maestro/ El coro/ El trabajo.** Calle Museo Caminito.
- **Guardia vieja-Tango.** Calle Museo Caminito.
- **Clavel del aire.** Calle Museo Caminito.
- **Santos Vega.** Calle Museo Caminito.
- **Las tejedoras.** Calle Museo Caminito.
- **Regreso de la pesca.** Calle Museo Caminito.
- **La canción.** Calle Museo Caminito.
- **La sirga.** Calle Museo Caminito.
- **Fragata Sarmiento.** Calle Museo Caminito.
- **El herrero boquense.** Calle caminito.
- **Esperando la barca.** Calle caminito.
- **El desfile del circo.** Avenida Don Pedro de Mendoza 1835
- **Los cantores.** Avenida Don Pedro de Mendoza 1835.
- **Crepúsculo.** Avenida Don Pedro de Mendoza 182.



- **Saludo a la Bandera.** Avenida Don Pedro de Mendoza 183
- **Escenas boquenses.** Avenida Pedro de Mendoza 2002.
- **Rincón de La Boca.** Avenida Don Pedro de Mendoza 1821.
- **Rincón Boquense.** Gral. Gregorio Araoz de Lamadrid 648.
- **Si la vida...** Avenida Don Pedro de Mendoza 2001.
- **Homenaje a nuestros hermanos nativos de América.** Avenida Don Pedro de Mendoza 1601.
- **Periodistas-La filmación.** Brandsen 350. Puente Nicolás Avellaneda.
- **Dale Boca.** Brandsen 850. Ubicado en el estadio de Boca.
- **Alegorías.** Brandsen 565/567. Ubicado en la sede de Bomberos voluntarios de La Boca.
- **Alegorías.** Dr. Enrique del Valle Iberlucea 801. Ubicado en el estadio del Club Boca Juniors.
- **Maradona, Rattin, Marzolini, Lombardo y otros cracks.** Dr. Enrique del Valle Iberlucea 801. Ubicado en el estadio del Club Boca Juniors.
- **Don Benito Quinquela Martín.** Dr. Enrique del Valle Iberlucea 1282.
- **Obreros en actividad.** Gral. Gregorio Araoz de Lamadrid 648.
- **Mural escenográfico.** Almirante Brown 36.

Hay varias estatuas y bustos: Bomberos Voluntarios, Almirante Brown, La Raza, el Sembrador y Juan de Dios Filiberto, la Fuente de las Glorias Navales, en la plaza Almirante Brown. Hay figuras realizadas como elemento ornamental frente a los comercios (el *nonno bachicha*), banderas, toldos y sombrillas en aceras y calles.

**Fotografía 20:** Calle Caminito. Barrio de La Boca.



*Fotografía de la autora. Noviembre-2010.*

**Nota:** obsérvense los murales, la presencia de grandes figuras en las ventanas y balcones, y el ambiente general “escenográfico”.

### **Cartelería**

Los carteles de nombre y altura de las calles son homogéneos, y corresponden a los generales de la ciudad. Los carteles de comercios turísticos, museos, *atelieres*, restaurantes, y bares, son de diseño heterogéneos, pero la mayoría tienen en común la iconografía típica, que es el *filete porteño*. Los carteles de los restaurantes y bares se encuentran en la fachada como así también en aceras y calles (los carteles con los menús del restaurante). Algunos carteles están escritos en inglés. Hay un mapa del barrio, en 3 idiomas: castellano, inglés y portugués. Se observa un cartel ubicado en la entrada del centro cultural, solicitando la colaboración de los visitantes para la inclusión de material que tenga relación con la historia de la migración y de los conventillos.

**Fotografía 21:** Cartelería de un comercio turístico. Barrio de la Boca.



*Fotografía de la autora. Noviembre-2010.*

**Nota:** Obsérvese el cartel de un comercio turístico, fileteado y escrito en italiano.

### **Alumbrado**

Además del alumbrado general, hay un tipo de alumbrado especial en el área de función turística. Se observa especialmente en las calles Pedro de Mendoza y Caminito. El espacio aéreo está visualmente contaminado con profusión de cables.

**Fotografía 22:** Alumbrado general y turístico. Barrio de La Boca.



*Fotografía de la autora. Noviembre-2010.*

*Nota:* en esta fotografía es posible apreciar los dos tipos de alumbrado a uno y otro lado de la vía del ferrocarril. A la derecha, el alumbrado del área de función turística. A la izquierda, el del área de función residencial. También se observa que la vía establece claramente el límite entre ambos sectores.

### ***Accesibilidad y transportes***

#### **Sistema viario general, de acceso al área turística**

El acceso al área turística se realiza por la Avenida Almirante Brown y la calle Benito Pérez Galdós. Son dos vías de tránsito vehicular intenso, porque dan también acceso al Puente Nicolás Avellaneda, muy importante en la vinculación con la Provincia de Buenos Aires.

Las líneas de autobuses que llegan al **Barrio de La Boca** son las siguientes:

- Línea 20. Estación Retiro-Cruce Lomas.
- Línea 25. Estación Sáenz Peña-La Boca.
- Línea 29. La Boca–Olivos/Parque Sarmiento.
- Línea 33. Ciudad Universitaria- Monte chingolo.
- Línea 39. Chacarita- Barracas.

- Línea 53. La Boca-Caseros-San Miguel-Juan José Paz.
- Línea 64. Barrancas de Belgrano-La Boca.
- Línea 86. La Boca-González Catan.
- Línea 130. La Boca-Estación Boulogne.
- Línea 152. La Boca-Olivos.
- Línea 168. La Boca-San Isidro/Constitución-Villa Devoto.

La mayoría de los autobuses turísticos que llegan al barrio, son los que pertenecen a las agencias receptoras de turismo de la ciudad. Se observan vehículos grandes, medianos y pequeños, que aparcan sobre la calle General Gregorio Aráoz de Lamadrid y Dr. Enrique del Valle Iberlucea (frente al estadio del club Boca Juniors). El bus turístico *Open Tour*, tiene una parada en el barrio. Es la parada N°5, en la Avenida Pedro de Mendoza. Recorre el barrio, atravesando toda la avenida Almirante Brown, y continúa por Pedro de Mendoza, Rocha, Hernandarias, Gualeguay, y Avenida Regimiento de Patricios. Las taxis y remises tienen parada en la calle Pedro de Mendoza (Vuelta de Rocha).

### **Sistema viario interno del área turística**

En el sector de función predominantemente turística del **Barrio de La Boca**, las calles principales son Caminito, Magallanes, Dr. Enrique del Valle Iberlucea. Las tres son peatonales. Están circundadas por las calles General Gregorio Aráoz de Lamadrid y Olavarría, y por la Avenida Don Pedro de Mendoza. Las calles secundarias son: Avenida Almirante Brown, Garibaldi, Caboto, Suarez, Ministro Brin y Necochea.

### **Movilidad de los turistas y visitantes**

No existe un circuito planificado. El sector se puede recorrer libremente, puesto que los lugares están señalizados. Los turistas se desplazan por las calles peatonales y solo unos pocos metros de las calles adyacentes. Hay presencia policial y de Gendarmería Nacional. Por razones de seguridad, la comisaria 24 del **Barrio de La Boca** recomienda a los operadores el siguiente circuito turístico: Pedro de Mendoza, Almirante Brown, Dr. Enrique del Valle Iberlucea (estadio del club Boca Juniors), General Aráoz de Lamadrid, parada en Caminito, continuar cruzando las vías, siguiendo por Dr. Enrique del Valle Iberlucea, Carlos F. Melo, Magallanes, Avenida Pedro de Mendoza, Palos, Aristóbulo del Valle, y Almirante Brown hacia Avenida Paseo Colón.

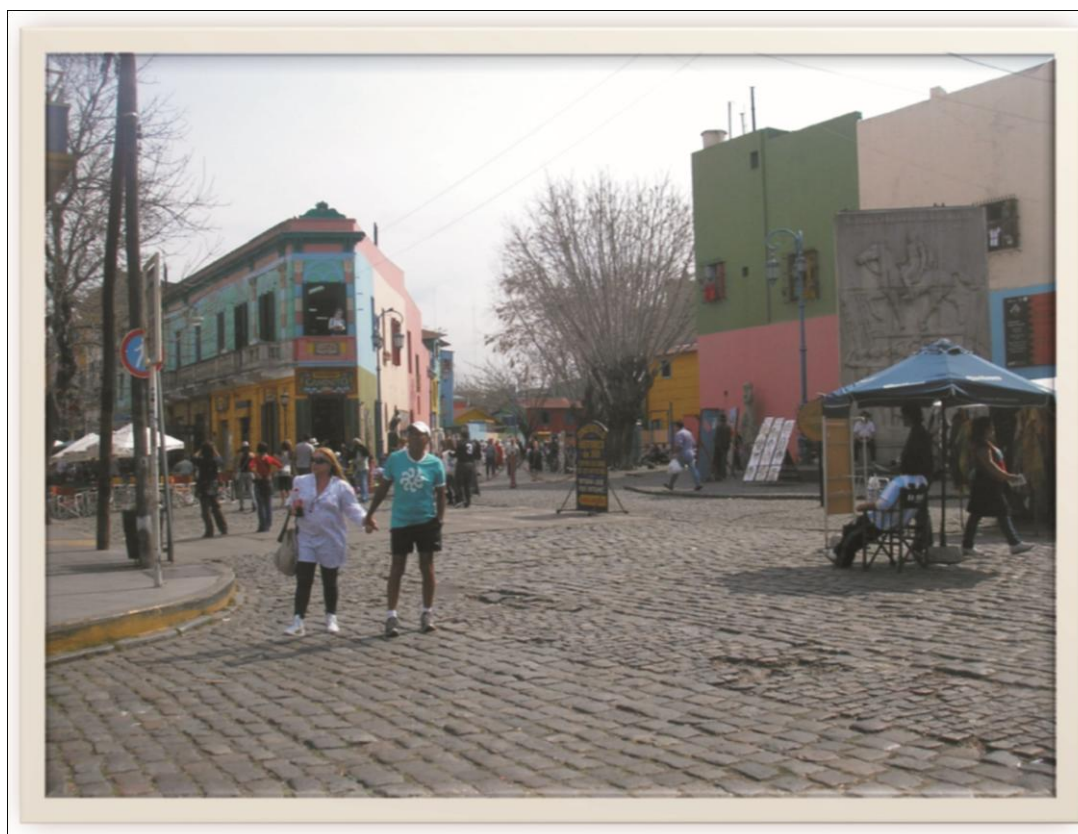


Con el mismo fin, se han dispuesto guardias policiales en Brandsen entre Dr. Enrique del Valle Iberlucea y Juan de Dios Filiberto (frente a La Bombonera); Dr. Enrique del Valle Iberlucea y Lamadrid; Lamadrid y Caminito (y las vías); Caminito y Dr. Enrique del Valle Iberlucea (Vuelta de Rocha). La policía aconseja a los turistas no realizar el recorrido fuera de este sector, por razones de seguridad. Los turistas y visitantes se desplazan caminando por calles y veredas. En el resto del barrio, lo puede hacer en vehículos particulares y turísticos.

Las actividades que pueden realizar los turistas durante el día son:

- Caminar,
- Comprar en los locales de *souvenirs*, en las ferias a cielo abierto,
- Consumir alimentos y bebidas en los bares y restaurantes,
- Asistir a *shows* de tango,
- Visitar museos, *ateliers*, la cancha de fútbol.

**Fotografía 23:** Vista de las tres calles peatonales. Barrio de La Boca.



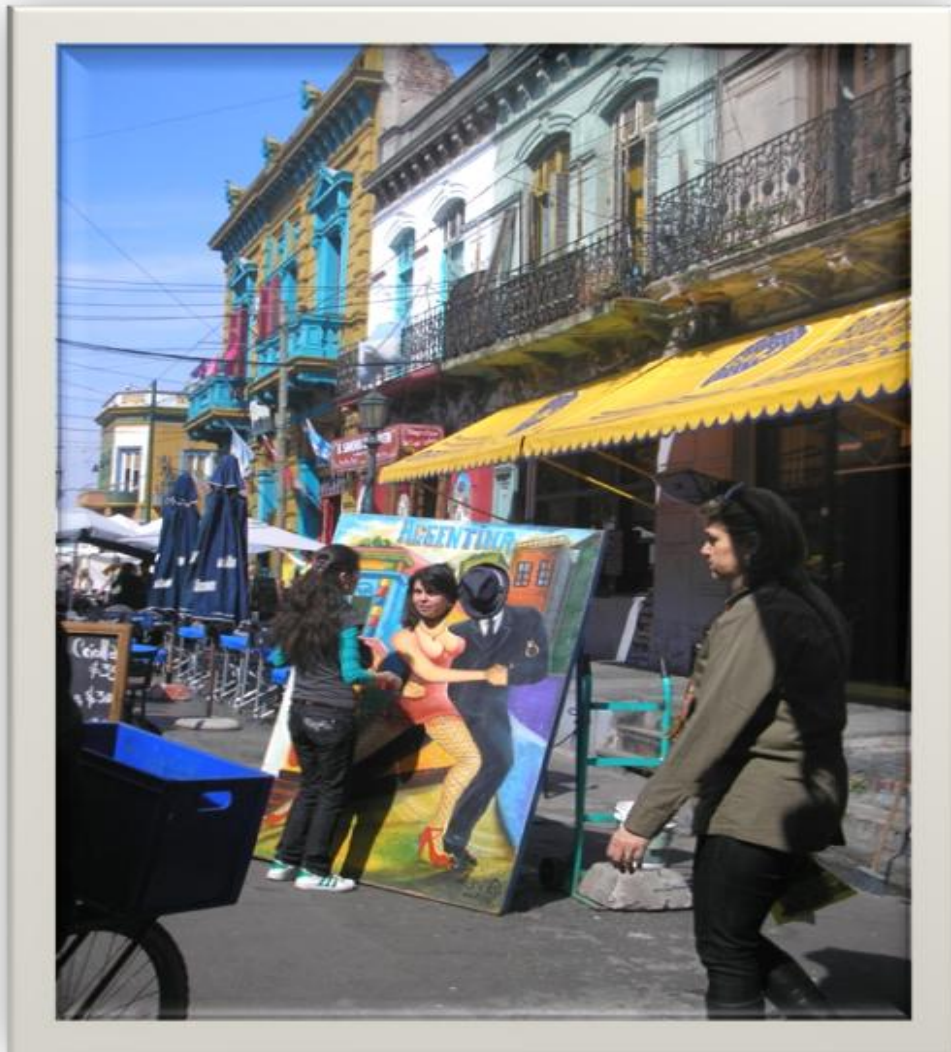
Fotografía de la autora. Noviembre-2010

De noche, las actividades principales se desarrollan en los restaurantes que ofrecen *shows*, y se puede asistir a algún partido de fútbol.

### ***“Clima” o “Ambientación” en el área***

La ambientación del área es la de una escena cinematográfica, y de carácter festivo. La ocupación de la vía pública en la calle Magallanes y Dr. Enrique del Valle Iberlucea es plena. En menor medida, en Pedro de Mendoza (Vuelta de Obligado). En esas calles hay presencia constante de turistas y visitantes durante el día. Las aceras son ocupadas como una prolongación de las tiendas de *souvenirs* que exhiben parte de su mercadería afuera de los locales. Los restaurantes y bares ocupan parte de la acera y la calle con mesas, sillas, sombrillas, tarimas para bailar, carteles apoyados en el suelo con el menú, toldos de diferente diseño y color (algunas llevan la propaganda de bebidas, del club Boca Juniors, etc.), puesto de ventas de *shows* de tango/fútbol.

**Fotografía 24:** Vista de la calle del Barrio de la Boca.



*Fotografía de la autora. Noviembre-2010.*

**Nota:** Obsérvese la ocupación de la calle.

**Fotografía 25:** La calle como prolongación de las tiendas, y como espacio de expresión del ambiente festivo el lugar. Puesto de venta de *shows* de tango/ fútbol. Barrio de La Boca.



*Fotografía de la autora. Noviembre-2010.*

Hay un mercadillo al aire libre donde se venden discos, pinturas, carteras, cueros, sombreros, cuchillos, recuerdos en general.

**Fotografía 26:** Mercadillo al aire libre. Barrio de La Boca.



*Fotografía de la autora. Noviembre-2010.*



**Nota:** obsérvese el cesto de residuos, y el contraste entre los pisos inferior y superior de los edificios.

En cuanto a la oferta de espectáculos en la vía pública, se observa en las calles, aceras, y frente a los bares y restaurantes, parejas de tango, grupos de baile, cantores. Por lo general se baila y se escucha tango aunque también es posible ver bailar folklore. Hay estatuas vivientes, artistas callejeros, un doble de Maradona sentado en medio de la calle para que los turistas se tomen fotografías.

**Fotografía 27:** Vista de la calle del Barrio de la Boca.



*Fotografía de la autora. Noviembre-2010.*

**Nota:** Obsérvese las mesas y sillas de un restaurante en plena calle.

Desde hace unos años en determinadas horas del día transita por estas calles una murga de músicos uruguayos y paraguayos. Son los nuevos inmigrantes del barrio.

En relación a la ornamentación, se observan las figuras ya mencionadas en los frentes de los locales, en las terrazas, balcones, en las aceras, en las paredes, la cartelera sobrecargada, los murales, las banderas, que hacen aun más colorista la

escenografía, personajes de cera, carteleras alusivas al tango donde se toman fotos, venta de entradas para *shows* de tango en plena calle.

En pocos metros hay muchos estímulos. En algunos tramos de estas calles los turistas deben caminar en fila por la ocupación de la calle y aceras.

**Fotografía 28:** Mercadillo al aire libre. Barrio de La Boca.

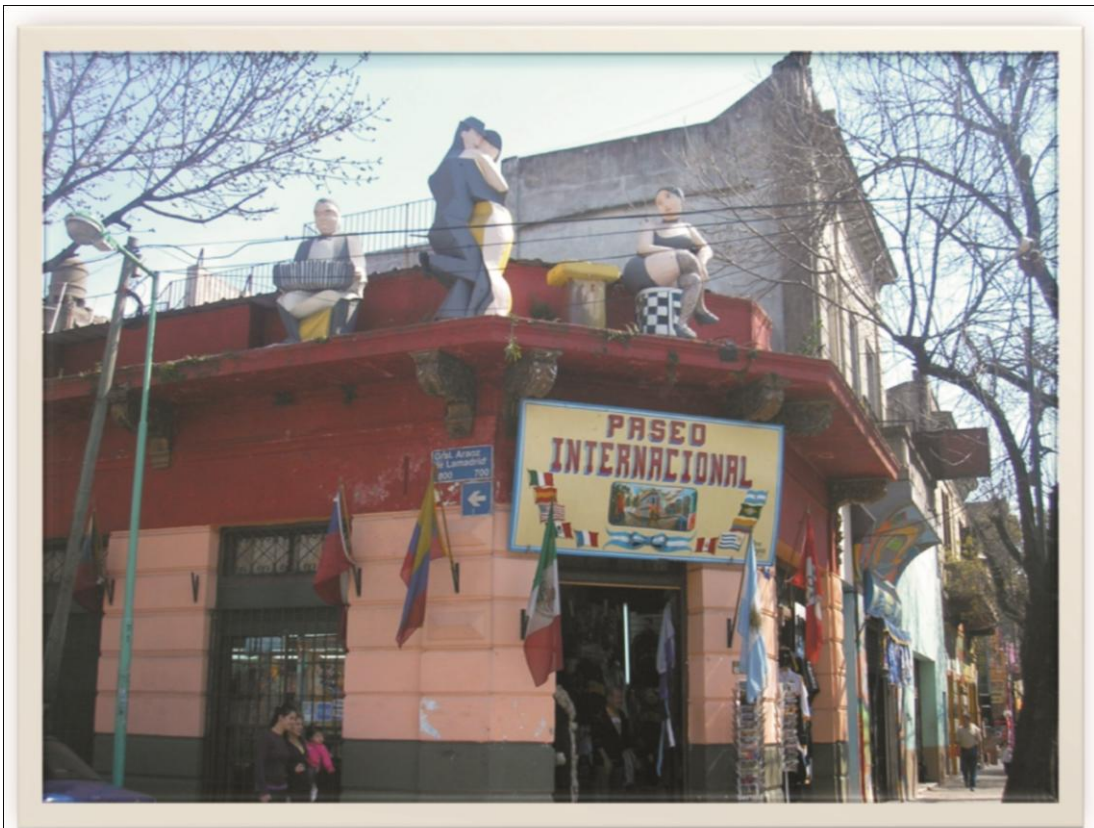


*Fotografía de la autora. Noviembre-2010.*

Las actividades a realizar son pasear, comprar, ver espectáculos callejeros, *shows* en los restaurantes, visitar los conventillos históricos, museos, presenciar un partido de fútbol. Se observa un espacio disponible para actividades de los residentes del barrio, que es una canchita de fútbol.

Hay algunas características postmodernas, globalizantes, entre la que se pueden mencionar la escenificación del paisaje urbano en función turística. El contraste del colorido de los locales con las viviendas de los pisos de arriba, el de los turistas con un grupo de trabajadores de regreso al hogar al mediodía, los nuevos inmigrantes participando de la actividad turística.

**Fotografía 29:** Comercio turístico. Barrio de La Boca.



*Fotografía de la autora. Noviembre-2010.*

**Nota:** *obsérvense las características globalizantes, el recargado de la ornamentación, y la bandera italiana junto a la argentina.*

**La función turística del Barrio de La Boca**

El **Barrio de La Boca** y tiene diecisiete (17) atractivos turísticos reconocidos y publicados por el Ente de Turismo de Buenos Aires, cuya lista es la siguiente:

1. **Mural escenográfico.** Almirante Brown 36.
2. **Pizzería Banchero.** Almirante Brown 1200.
3. **Torre del Fantasma.** Almirante Brown y W. Villafañe.
4. **Casa Amarilla.** Almirante Brown 401.
5. **Museo de Cera.** Dr. Enrique del Valle Iberlucea 1261.
6. **Bar La Perla.** Magallanes y Dr. Enrique del Valle Iberlucea.
7. **Vuelta de Rocha.** Avenida Pedro de Mendoza y Dr. Enrique del Valle Iberlucea.
8. **Fundación Proa.** Avenida Pedro de Mendoza 1929.
9. **Escuela Pedro de Mendoza y Museo Quinquela Martín.** Avenida Pedro de Mendoza 1835.
10. **Teatro de La Ribera.** Avenida Pedro de Mendoza 1821.

11. **Antiguo Puente Transbordador.** Avenida Pedro de Mendoza y Almirante Brown.
12. **Estadio Boca Juniors.** Brandsen 805.
13. **Cuartel de Bomberos Voluntarios.** Brandsen 567.
14. **Calle Museo Caminito.**
15. **Plazoleta Bomberos Voluntarios.** Lamadrid y Garibaldi.
16. **Iglesia Nuestra Señora de los Inmigrantes.** Necochea 312.
17. **Iglesia San Juan Evangelista.** Olavarría 480.

### **Servicios turísticos**

Se presenta a continuación una lista de establecimientos que, ubicados en el **Barrio de La Boca**, prestan servicios turísticos (alojamiento, alimentación, esparcimiento, etc.).

#### **Servicios de alojamiento**

En el **Barrio de La Boca** se ubican tres (3) establecimientos hoteleros, cuya nomina es la siguiente:

- **Living La Boca.** Padre Grote 785.
- **Hostal de La Boca.** Avenida Almirante Brown 162.
- **La Boca Hostal.** Dr. Enrique del Valle Iberlucea 1133.

#### **Servicios de alimentación**

En el **Barrio de La Boca**, se ubican sesenta y tres (63) establecimientos gastronómicos (bares, cafés y restaurantes), que se concentran en particular sobre las Avenidas Almirante Brown, doce (12) y Pedro de Mendoza, ocho (8)

1. **Parrilla Hasta el Huesito.** Avenida Almirante Brown 160.
2. **Bar Argerich.** Avenida Almirante Brown 200.
3. **La Farola de La Boca.** Avenida Almirante Brown 800.
4. **Bochicha.** Avenida Almirante Brown 802.
5. **Bar Augusto.** Avenida Almirante Brown 861.
6. **Nuevo Paris.** Avenida Almirante Brown 870.
7. **Pizzería Augusto.** Avenida Almirante Brown 888.
8. **Pizzería Ariel.** Avenida Almirante Brown 1061.
9. **Pizzería Bancharo.** Avenida Almirante Brown 1200.
10. **Café y Bar Roma.** Avenida Almirante Brown y Olavarría.
11. **El Puente Restaurante.** Avenida Almirante Brown 1488.
12. **La Barbería.** Avenida Almirante Brown 1959.
13. **Ideale.** Avenida Pedro de Mendoza 1605.

14. **Vapor de la Carrera.** Avenida Pedro de Mendoza 1851.
15. **La Ribera.** Avenida Pedro de Mendoza 1875.
16. **Bar La Perla.** Avenida Pedro de Mendoza 1899.
17. **El Corsario.** Avenida Pedro de Mendoza 1987.
18. **El Corsario.** Avenida Pedro de Mendoza 1917.
19. **La Barbería.** Avenida Pedro de Mendoza 1959.
20. **Puerto Viejo.** Avenida Pedro de Mendoza 2103.
21. **Caminito Tango Show.** Dr. Enrique del Valle Iberlucea 1112.
22. **El Boliche de los Ingenieros.** Dr. Enrique del Valle Iberlucea 1158.
23. **El Rinconcito.** Dr. Enrique del Valle Iberlucea 1166/68.
24. **El Samurai de Rasputín.** Dr. Enrique del Valle Iberlucea 1251.
25. **Restaurante La Estufa.** Dr. Enrique del Valle Iberlucea 1250.
26. **La Bombonera.** Dr. Enrique del Valle Iberlucea 1255.
27. **Zarate Club Social y cultural deportivo.** Dr. Enrique del Valle Iberlucea 1257.
28. **Restaurante Don Filiberto.** Magallanes 502.
29. **La Barrica.** Magallanes 845.
30. **Restaurante La Rueda.** Magallanes 854.
31. **La Vieja Rotisería.** Magallanes 869.
32. **Cepas de Salta.** Magallanes 874.
33. **Havanna Café.** Calle Magallanes 801.
34. **La Casona de Raquel.** Olavarría 644.
35. **La Chirilisima.** Olavarría 695.
36. **Restaurante Che Carlos.** Olavarría 702.
37. **Concierto de Cuchillos.** Olavarría 818.
38. **Pizzería San Esteban.** Brandsen 539.
39. **La Cancha.** Brandsen 697.
40. **Don Carlos.** Brandsen 699.
41. **Bocatango.** Brandsen 923.
42. **Café y Restaurant La Buena Medida.** Suárez 101.
43. **A A Cantina Tres Amigos.** Suarez 280.
44. **La Ribera Sur.** Suarez 699.
45. **Il. Conventillo Nonno Bachicha.** Wenceslao Villafañe 396.
46. **El Nuevo Mileno.** Wenceslao Villafañe 412.
47. **Cantina Il. Picolo Vapore.** Necochea 1190.
48. **Cantina Rimini.** Necochea 1224.
49. **Valle de Palos.** Aristóbulo del Valle 600.

50. **Bar Almacén El Estaño 1880.** Aristóbulo del Valle 1001.
51. **Restaurante Pulpería La Argentina.** General Gregorio Araoz de Lamadrid 801.
52. **Café de los Artistas.** General Gregorio Araoz de Lamadrid 784.
53. **La Montura.** Pinzón 200.
54. **Che tango.** Pinzón 20.
55. **Lo de Danny.** Avenida Garay 258.
56. **Los Laureles.** Iriarte 2299.
57. **Quinquela Resto.** Avenida Regimiento de los Patricios 1401.
58. **El Paraíso.** Garibaldi 1428.
59. **Agárrate Catalina.** Caboto 532.
60. **Aroma Express.** Pi y Margall 775.
61. **Il. Matarello.** Martín Rodríguez 517.
62. **El Obrero.** Caffarena 64.
63. **Patagonia Sur.** Rocha 801.

## **Comercio turístico**

### *Tiendas de regalos, artículos regionales y souvenirs*

Los establecimientos destinados al turista, o de interés del turista, son treinta y cinco (35) tiendas de regalos, artículos regionales y *souvenirs*, cuya lista es la siguiente:

1. **Feria del Pasaje Caminito.** Calle Caminito.
2. **Artículos Regionales La Boca.** Circuito comercial a cielo abierto. Caminito y Garibaldi.
3. **Paseo Internacional. Tienda de Souvenirs.** Dr. Enrique del Valle Iberlucea y Lamadrid.
4. **Tienda de Souvenirs.** Dr. Enrique del Valle Iberlucea 1120.
5. **Tienda de Souvenirs.** Dr. Enrique del Valle Iberlucea 1127.
6. **Tienda de Souvenirs.** Dr. Enrique del Valle Iberlucea 1130.
7. **El Rincón de Lucía.** Dr. Enrique del Valle Iberlucea 1135.
8. **Tienda de Souvenirs.** Dr. Enrique del Valle Iberlucea 1140.
9. **Tienda de Souvenirs.** Dr. Enrique del Valle Iberlucea 1142.
10. **Tienda de Souvenirs.** Dr. Enrique del Valle Iberlucea 1150.
11. **Caminito Regalos.** Dr. Enrique del Valle Iberlucea 1272.
12. **El Timón. Regalos. Souvenirs.** Dr. Enrique del Valle Iberlucea 1244.
13. **Costumbres Argentinas.** Dr. Enrique del Valle Iberlucea 1238.
14. **Bellas Artes. Artesanías.** Dr. Enrique del Valle Iberlucea 1228.
15. **Paseo. Tienda de Souvenirs.** Dr. Enrique del Valle Iberlucea 1212.



16. **Expo-Caminito Souvenirs.** Dr. Enrique del Valle Iberlucea 1200.
17. **Centro Cultural de los Artistas.** Magallanes 846.
18. **Paseo de Compras. Souvenirs.** Magallanes 877.
19. **Tienda de Souvenirs.** Magallanes 850.
20. **Paseo de Compras. Souvenirs.** Magallanes 840.
21. **Tienda de Souvenirs.** Magallanes 824.
22. **Tienda de Souvenirs.** Magallanes 835.
23. **Souvenirs Marisa.** General Gregorio Araoz de Lamadrid 750.
24. **Tienda de Souvenirs.** General Gregorio Araoz de Lamadrid 771.
25. **Regional.** General Gregorio Araoz de Lamadrid 773.
26. **Casa Amarilla.** General Gregorio Araoz de Lamadrid 763.
27. **Souvenirs.** General Gregorio Araoz de Lamadrid 761.
28. **El nuevo Almacén.** General Gregorio Araoz de Lamadrid 757.
29. **Souvenirs.** General Gregorio Araoz de Lamadrid 900.
30. **Centro de Exposición. Tango-Bar-Café.** General Gregorio Araoz de Lamadrid 784.
31. **Tienda de Souvenirs.** General Gregorio Araoz de Lamadrid 741.
32. **Tienda de Souvenirs.** General Gregorio Araoz de Lamadrid 701.
33. **Tienda de Souvenirs.** General Gregorio Araoz de Lamadrid 695.
34. **Feria la Vuelta de Rocha.** Avenida Pedro de Mendoza y Dr. Enrique del Valle Iberlucea.
35. **El Vapor de la Carrera.** Venta de regalos y antigüedades. (Embarcación)

## **Esparcimiento**

En el **Barrio de La Boca** se ubican los siguientes veintidós (22) sitios destinados a actividades culturales y de esparcimiento.

1. **Calle Museo Caminito.** Museo al aire libre de artistas plásticos de Caminito.
2. **Museo Quinquela Martín.** Avenida Pedro de Mendoza 1835.
3. **Fundación Proa.** Avenida Pedro de Mendoza 1929. Centro de Arte contemporáneo.
4. **Museo de Calcos y Escultura Comparada Ernesto de la Carcova.** Avenida España 1701.
5. **Museo Casa Taller de Celia Chevalier.** Irala 1162.
6. **Museo Histórico de Cera.** Dr. Enrique del Valle Iberlucea 1261.
7. **Caminito Tango Show.** Dr. Enrique del Valle Iberlucea 1153.
8. **Museo Conventillo Histórico.** El Rincón de Lucia. Dr. Enrique del Valle Iberlucea 1135.

9. **Zarate Club Social y Cultural y Deportivo.** Dr. Enrique del Valle Iberlucea 1155.
10. **Tramas de Arte. Filial La Boca.** Dr. Enrique del Valle Iberlucea 1145.
11. **Centro Cultural de los Artistas.** Conventillo Histórico. Magallanes 881.
12. **Museo Conventillo Histórico.** Corazón de Tango. Magallanes 877.
13. **Tango City.** Magallanes 800/900.
14. **Museo de La Pasión Boquense.** Brandsen 805.
15. **Club Athletic Boca Juniors.** Brandsen 805.
16. **Bocatango.** Brandsen 923.
17. **Peña Alma de Bohemia.** Necochea 948.
18. **Teatro de Catalinas Sur.** Avenida Benito Pérez Galdós 93.
19. **Che Tango.** Pinzón 20.
20. **Teatro Verdi.** Almirante Brown 736.
21. **Teatro de la Ribera.** Pedro de Mendoza 1821.
22. **Museo-Conventillo y Galería de Arte.** Garibaldi 1429.

### **Defensoría del turista**

Ubicada en la Avenida Pedro de Mendoza 1835 (Museo de Bellas Artes Benito Quinquela Martín), se trata de un lugar adonde pueden dirigirse los turistas por cualquier tipo de inconvenientes, tales como robo, maltrato, abuso comercial, etc.

### ***Distribución espacial de los componentes en función turística***

A continuación se presentan mapas de la distribución espacial de los componentes de la función turística.

En el sector de la función turística del **Barrio de La Boca**, se observa un área central, que concentra la mayor oferta de atractivos y servicios, que se distribuyen en forma concentrada, a lo largo de unas pocas calles (tres de ellas peatonales: Caminito, Dr. Enrique del Valle Iberlucea y Magallanes), y otra área, de mayor extensión, pero de menor concentración de atractivos y servicios. El núcleo, que comprende las calles Magallanes, Caminito, Dr. Enrique del Valle Iberlucea, Almirante Brown, y Pedro de Mendoza, es un conjunto de atractivos, tiendas de venta de *souvenirs*, restaurantes, *ateliers* y museos.

Los bares y restaurantes se concentran en Almirante Brown, Pedro de Mendoza, y Brandsen. Las tiendas de *souvenirs*, en las calles: Dr. Enrique del Valle Iberlucea y Lamadrid.



**Mapa 30:** Distribución de los atractivos turísticos. Barrio de La Boca.



## REFERENCIAS

- |   |                      |    |                                  |    |                                 |
|---|----------------------|----|----------------------------------|----|---------------------------------|
| 1 | Mural escenográfico. | 2  | Fundación Proa.                  | 14 | Calle Museo Caminito.           |
| 2 | Pizzería Banquero.   | 3  | Escuela Pedro de Mendoza y       | 15 | Plazoleta Bomberos Voluntarios. |
| 3 | Torre del Fantasma.  |    | Museo Quinquela Martín.          | 16 | Iglesia Nuestra Señora de los   |
| 4 | Casa Amarilla.       | 18 | Teatro de La Fibra.              |    | Immigrantes.                    |
| 5 | Museo de Cera.       | 11 | Antiguo Puente Transbordador.    | 17 | Iglesia San Juan Evangelista.   |
| 6 | Bar La Perla.        | 12 | Estadio Boca Juniors.            |    |                                 |
| 7 | Vuelta de Rocha.     | 13 | Quartel de Bomberos Voluntarios. |    |                                 |

*Fuente: Elaboración propia.*

**Mapa 31:** Distribución de los servicios de alojamiento. Barrio de La Boca.



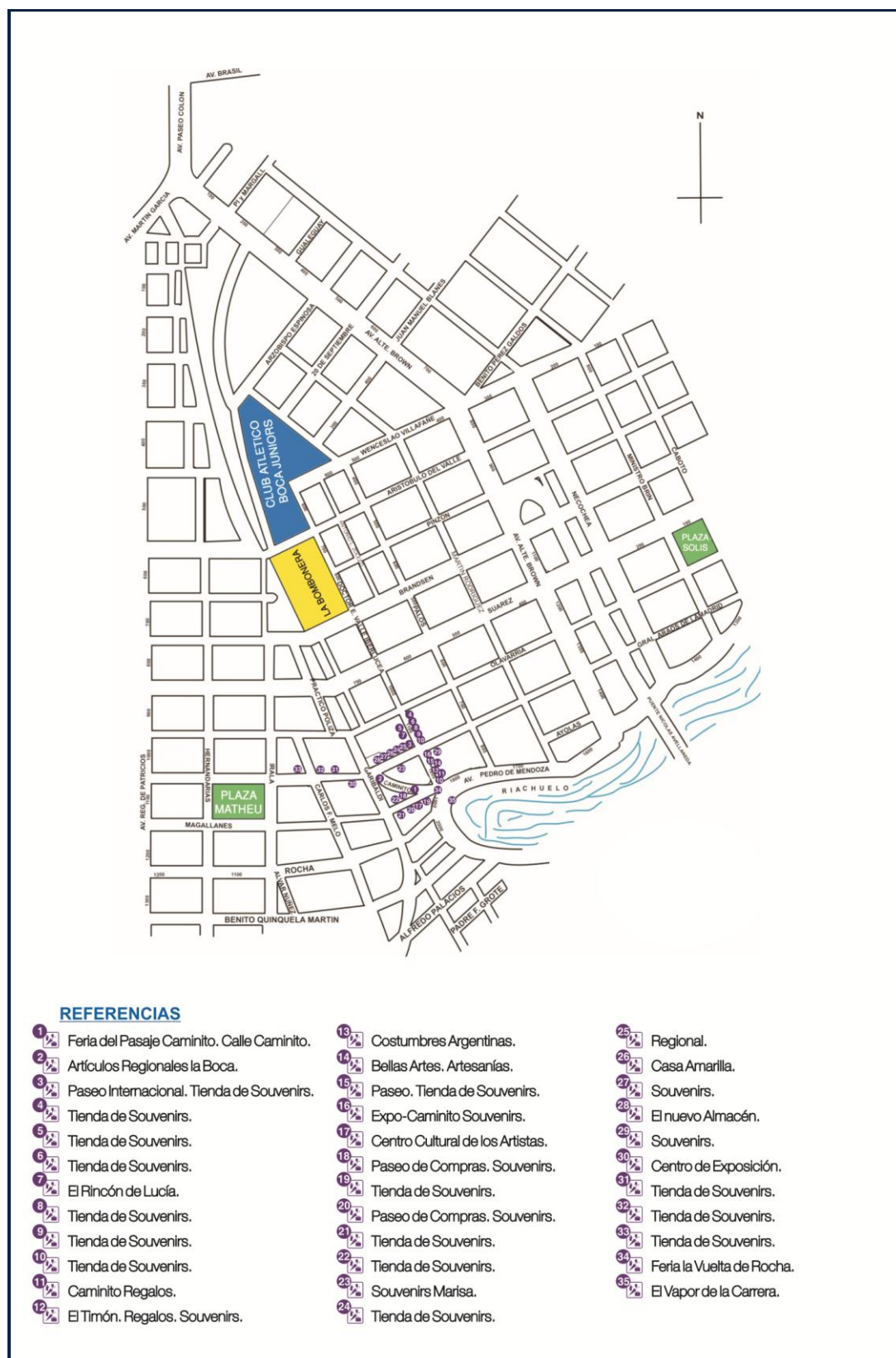
*Fuente: Elaboración propia.*

**Mapa 32:** Distribución de los servicios de alimentación. Barrio de La Boca.



Fuente: Elaboración propia.

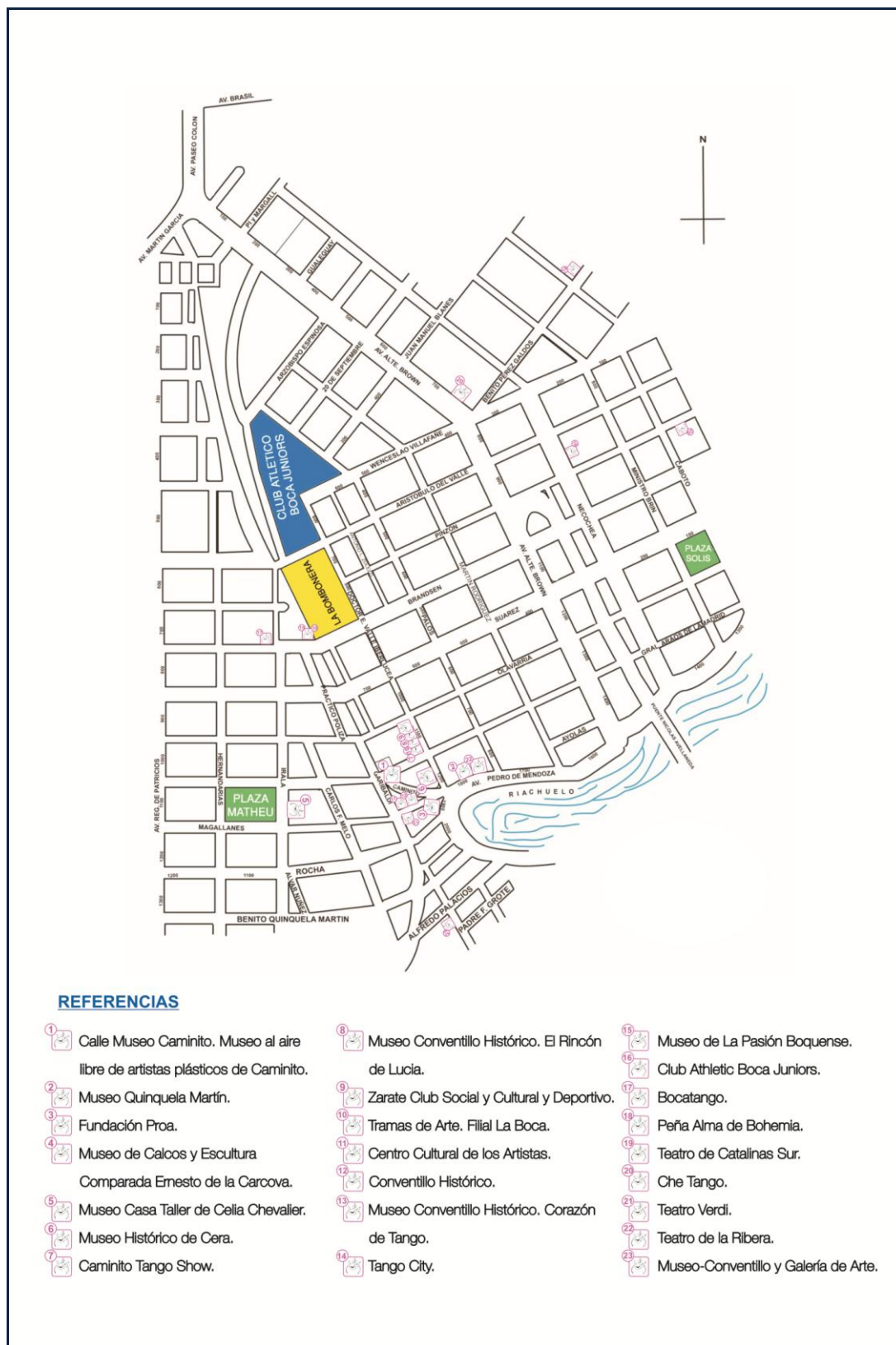
**Mapa 33.** Distribución de los comercios turísticos. Barrio de La Boca.



Fuente: Elaboración propia.

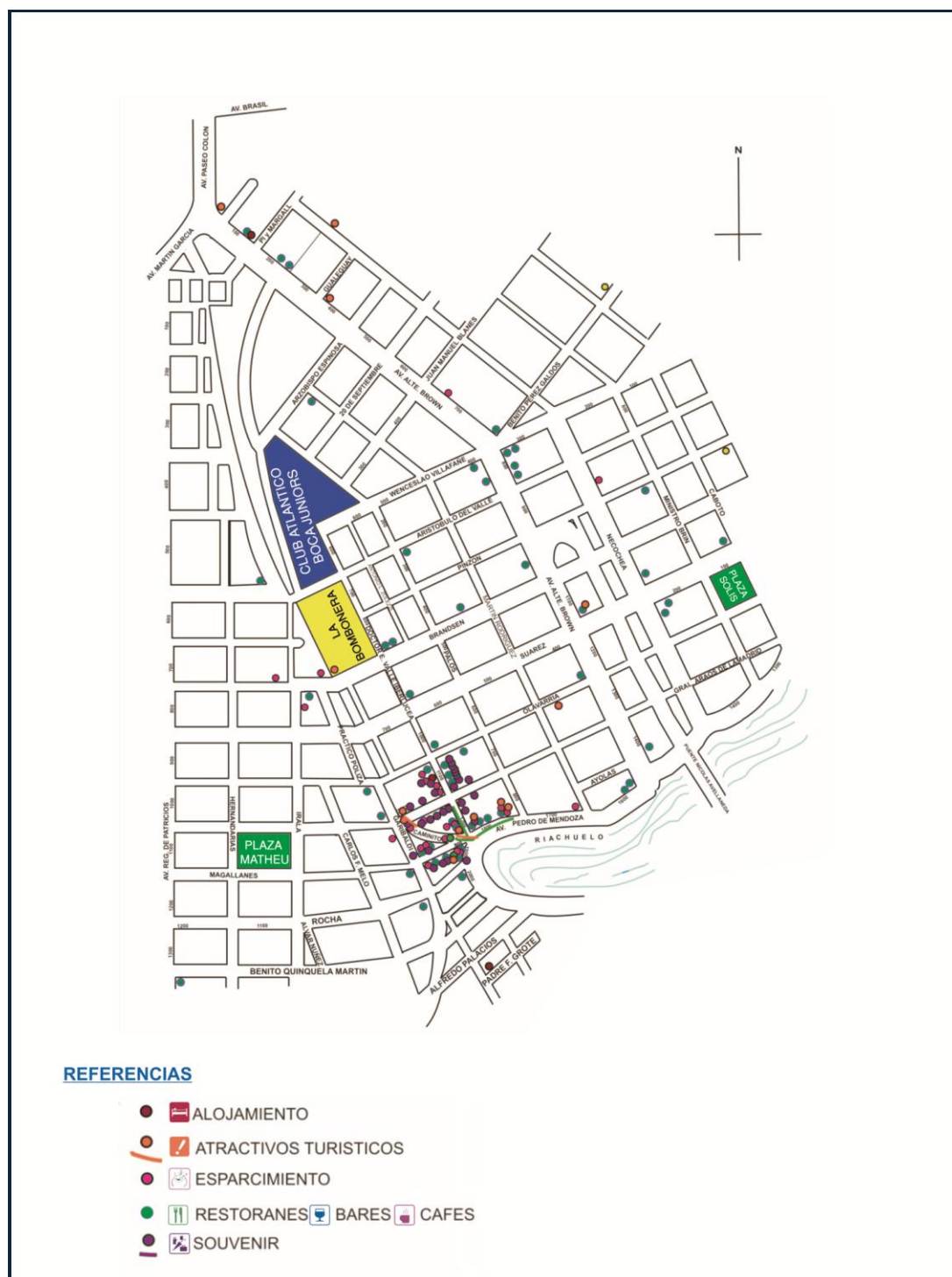


**Mapa 34:** Distribución de los servicios de esparcimiento. Barrio de La Boca.



Fuente: Elaboración propia.

**Mapa 35:** Distribución del conjunto de los componentes de la función turística.  
Barrio de La Boca.



*Fuente: Elaboración propia.*

## **Síntesis**

La función urbana del **Barrio de La Boca**, es turística, comercial, cultural y residencial. En el sector de función turística predominante, hay diecisiete (17) atractivos turísticos, tres (3) establecimientos de alojamiento, sesenta y tres (63) establecimientos gastronómicos, treinta y cinco (35) tiendas de *souvenirs*, veintidós (22) establecimientos de esparcimiento y la Defensoría del turista. La edificación es de estilo *arquitectura popular* (casas y conventillos). La mayoría de los edificios están reacondicionados, y adaptados a las actividades turísticas. Las fachadas están pintadas con colores fuertes, predominando verde, amarillo, rojo, celeste, naranja, y azul. Suelen tener con figuras en relieve, murales, estatuas, balcones. Se observa un marcado contraste en el estado de conservación entre los edificios del área predominantemente turística, y el resto del barrio. Algunas de las calles conservan el adoquinado original; el resto de las calles tiene asfalto común. Hay cuatro (4) plazas y dos (2) plazoletas y un (1) parque de flora. Hay treinta (30) murales en todo el área. Muchos de ellos tienen que ver con la corriente migratoria. El mobiliario urbano, iluminación, bancos, cestos, cartelería, etc. están parcialmente adaptados a la función turística. Los carteles de comercios turísticos, museos, atelier, restaurantes, bares son de diseño heterogéneos, pero la mayoría tienen en común el tipo de iconografía que es el filete porteño. Hay presencia policial y de gendarmería. La ambientación del área es festiva. Hay una intensa invasión del espacio público, que hace difícil el deambular.

En la Boca no hay casi hoteles y no son de gran categoría. Lo que se ofrece es ver el ambiente, que constituye casi un parque temático.

### 6.2.3 Barrio Chino

#### ***Emplazamiento y delimitación***

El **Barrio Chino** es un sector del Barrio de Belgrano, situado en el noroeste de la Ciudad de Buenos Aires, en la Comuna 13. Limita con los barrios de Palermo al sudoeste, Colegiales al sur, Villa Ortuzar al sudoeste, Villa Urquiza al oeste, Coghlan al noroeste, Núñez al Norte y el Río de la Plata al este. El **Barrio Chino** corresponde al sector del Barrio de Belgrano delimitado por la calle Arribeños, Libertador, Blanco Encalada y Juramento. Comprende la calle Arribeños del 2100 al 2300, la calle Mendoza del 1600 al 1700 y la calle Montañeses al 2200. Los límites del barrio son abiertos. Hay una entrada muy clara, marcada por un arco sobre la calle Arribeños, que mide 11 metros de alto y 8 de ancho. Tiene tres niveles de tejas, mármol a la vista, una columna de cemento y dos leones de piedra tallado y varios dragones pequeños.

**Fotografía 30:** Un sector urbano con algunos límites claramente demarcados.

Arco de entrada. Barrio Chino.



*Fotografía de la autora. Noviembre-2010.*



Este arco es una donación del Gobierno Chino a la Ciudad de Buenos Aires, que presenta la siguiente inscripción: *Arco Chino. La comunidad China en Argentina dona con afecto este arco en ocasión del Bicentenario de la revolución de Mayo a la bella Ciudad de Buenos Aires y al gran pueblo Argentino en agradecimiento por la generosidad y amor brindados a los inmigrantes chinos con el deseo de que la amistad Chino-Argentina perdure de generación en generación.*

**Fotografía 31:** Monumento de entrada al Barrio Chino.



*Fotografía de la autora. Noviembre-2010.*

**Fotografía 32:** Inscripción en el arco de entrada. Barrio Chino.



*Fotografía de la autora. Noviembre-2010.*

Muy cerca del arco, se encuentra la Estación C del Ferrocarril Belgrano, que sirve como referencia geográfica a los visitantes al barrio. Si se ingresa por el arco, el final del barrio no es tan claro, puesto que consiste simplemente en una presencia cada vez menor de negocios asiáticos.

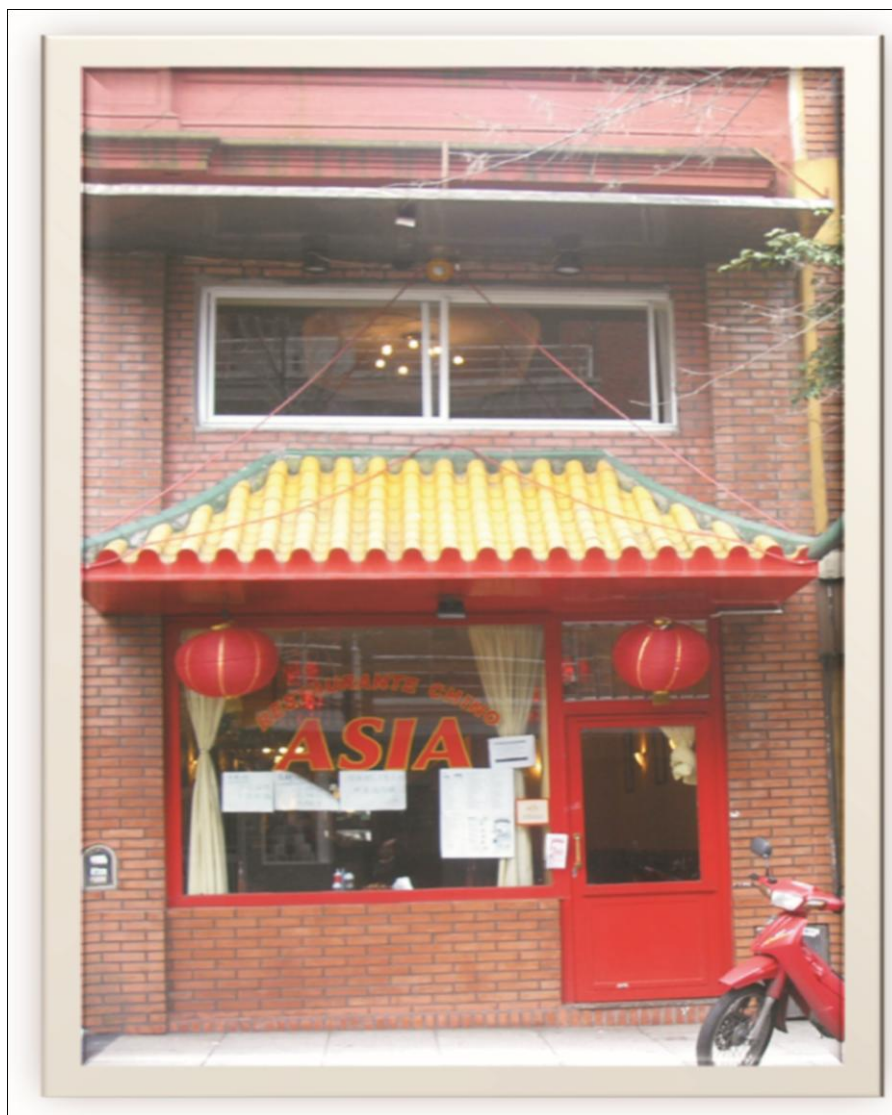
La función urbana del **Barrio Chino** es predominantemente comercial, aunque comparte la función con el uso residencial, cultural, y turístico.

### ***Características urbanas del sector***

#### **Los edificios**

Los edificios son en su mayoría casas bajas y edificios de baja altura (de una y dos plantas), con locales comerciales en la planta baja, mientras que el resto de las plantas son de uso residencial. Sin un estilo definido. La mayoría han sido viviendas de uso familiar. Se ha trabajado la fachada para adaptarlas a la nueva función comercial. Algunas de las fachadas han sido más trabajadas que otras y se les ha incorporado elementos de la cultura asiática. El estado de la edificación es en general bueno. Algunas paredes están escritas y les falta pintura.

**Fotografía 33:** Fachada de un restaurante. Barrio Chino.



*Fotografía de la autora. Noviembre-2010.*

**Fotografía 34:** Vista general de edificios de función residencial, comercial y social-cultural. Barrio Chino.



*Fotografía de la autora. Noviembre-2010.*

**Nota:** obsérvese que las características estéticas orientales, se incorporan a tradicionales edificios de un barrio porteño de clase media. Nótese el contraste entre el piso inferior y el superior del primer edificio, y las características étnicas de los comerciantes que caminan por la calle Mendoza.

### **Las calles y aceras**

Las calles tienen el tipo de pavimento común al resto del Barrio de Belgrano y a la ciudad, y la señalización general de la ciudad. Las calles Arribeños y Mendoza son peatonales los días sábado, domingo y el Año Nuevo Chino, desde las 11:00 a 20:00 horas. Esta restricción al tránsito de vehículos no se cumple estrictamente, porque en día domingo se encuentran automóviles estacionados y también circulando. Se observa la presencia policial. Sobre todo en las esquinas y en la finalización del sector. Las aceras son de distinto color y diversos tipos de baldosas. El estado es precario, con tramos rotos en los que faltan baldosas. Se observan algunas plantas de reciente implantación, junto a árboles añosos (plátanos). En las aceras hay venta ambulante, puestos de flores, bicicletas y motos estacionadas, mesas y sillas de las casas de comidas y restaurantes, carteles de promoción (estructuras de cemento donde se pegan los carteles), y otros con el menú de los locales gastronómicos.



En algunos lugares, la invasión de la aceras dificulta el paso de los transeúntes, que deben caminar en fila.

**Fotografía 35:** Vista de la calle del Barrio Chino.



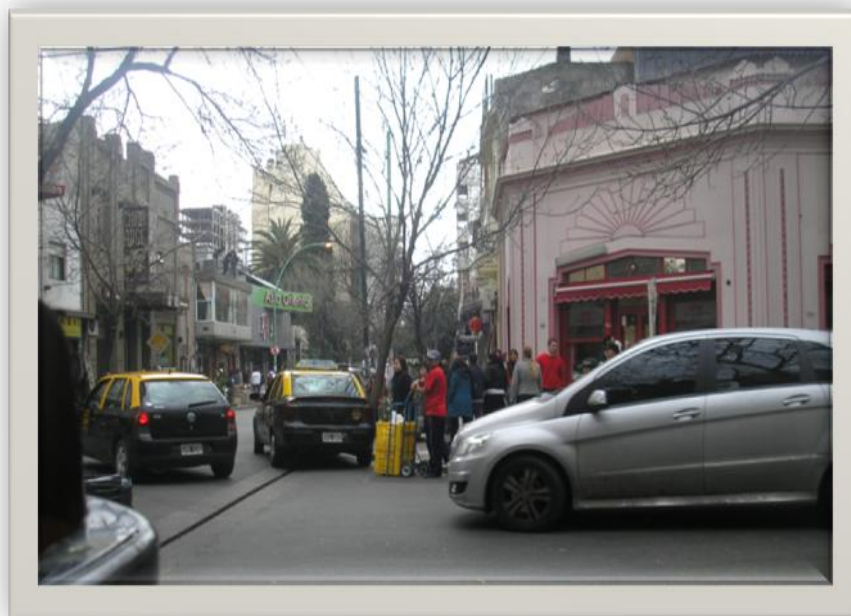
*Fotografía de la autora. Noviembre-2010.*

**Fotografía 36:** Vista de la calle del Barrio Chino.



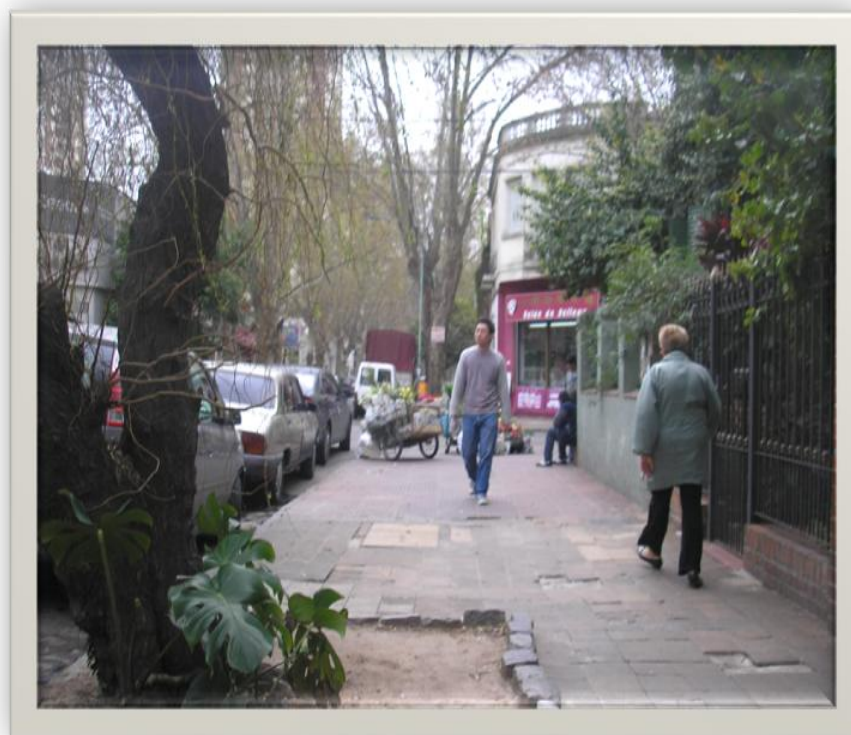
*Fotografía de la autora. Noviembre-2010.*

**Fotografía 37:** Vista de la calle del Barrio Chino.



*Fotografía de la autora. Noviembre-2010.*

**Fotografía 38:** Vista de la acera del Barrio Chino.



*Fotografía de la autora. Noviembre-2010.*

**Fotografía 39:** Desorden y suciedad. Vista de la acera del Barrio Chino.



*Fotografía de la autora. Noviembre-2010.*

Se observa la presencia de residuos en cajas y bolsas.

**Mobiliario urbano**

Solo hay presencia de un banco, que es de propiedad de uno de los supermercados. Hay papeleras, similares a los resto del barrio de Belgrano. Hay algunos monumentos y escultura a la entrada del barrio (el Arco). Hay forestación añeja plátanos (*platanus acerifolia*), con algunos ejemplares nuevos, y canteros con bulbos. Hay una cabina telefónica.

**Cartelería**

Los carteles del nombre y altura de las calle, son homogéneos y corresponden a los generales de la ciudad. No tienen ninguna particularidad. En algunos establecimientos, ante la falta de la placa original, se ha escrito el número a mano. Los carteles de los comercios turísticos, supermercados, restaurantes, bares son heterogéneos, porque cada uno ha aplicado diferente diseño. Sin embargo, mantienen en común que la mayoría están escritos en chino y castellano. Algunos carteles están escritos también en inglés.

**Fotografía 40:** Cartel de la fachada de un supermercado. Barrio Chino.



*Fotografía de la autora. Noviembre-2010.*

### **Alumbrado público**

El alumbrado es de tipo general. Se trata de las farolas que posee la ciudad. Algunos establecimientos comerciales tienen iluminación diferenciada. Todos heterogéneos.

### **Accesibilidad y transportes**

#### **Sistema viario general, de acceso al área turística**

Las calles y avenidas principales son: Avenida Libertador, Avenida Monroe y Juramento. Hay disponibilidad de aparcamiento para taxis, remixes, autobuses y autos particulares, en todas las calles.

Las líneas de autobuses que llegan al **Barrio Chino** son las siguientes:

- Línea 15. Valentín Alsina-Garín.
- Línea 29. La Boca–Olivos/ Parque Sarmiento.
- Línea 42. Nueva Pompeya- Ciudad Universitaria.
- Línea 44. Barrancas de Belgrano- Puente Pueyrredon.



- Línea 60. Plaza Constitución-Tigre-Escobar.
- Línea 64. Barrancas de Belgrano-La Boca.
- Línea 65. Plaza Constitución- Barrancas de Belgrano.
- Línea 80. Barrancas de Belgrano- Barrio Sarmiento.
- Línea 107. Avenida Eva Perón y Avenida de Lasalle-Ciudad Universitaria.
- Línea 113. Barrancas de Belgrano-San Justo.
- Línea 114. Puente La Noria-Barrancas de Belgrano.
- Línea 118. Barrancas de Belgrano-Parque Patricios.
- Línea 130. La Boca-Estación Boulogne.

Hay servicios del Ferrocarril Belgrano, que llegan a la mencionada Estación C.

### **Sistema viario interno del área turística**

Las calles principales son dos: Arribeños y Mendoza. Las calles secundarias son Montañeses y Olazabal.

### **Movilidad de los turistas y visitantes**

Los desplazamientos de turistas y visitantes son libres, sin itinerarios. No hay señalización específica. Los turistas se pueden desplazar en vehículos particulares, taxis y/o caminando.

Las actividades que pueden realizar los turistas, son:

- Caminar,
- Pasear,
- Comprar productos típicos,
- Hacer la visita guiada por los supermercados, organizada por la Asociación Cultural China,
- Visitar la muestras de arte en la Galería de Arte Oriental (Budhaba),
- Tener una experiencia mística en el Templo Budista Chong Kuan,
- Realizar actividades culturales tales como aprendizaje del idioma Chino, cursos de caligrafía, kun Fu en el Instituto Cultural de Idiomas de la Iglesia Presbiteriana Evangélica Sin-Heng, Asociación Cultural Chino y el Templo Budista Chong Kuan.

### ***“Clima” o “Ambientación” en el área***

El ambiente es una combinación del barrio porteño de clase media, y pequeña ciudad asiática. Por un lado, los edificios en general, la cercanía de la Estación C, la pequeña extensión del sector chino, y los límites muy abiertos, hacen que el visitante no deje de sentir la presencia de lo porteño.

Por otro lado, la ornamentación de la fachada de los edificios con elementos decorativos alusivos a la corriente migratoria, tales como farolitos, dragones, cartelería, etc., la supremacía del color rojo, más los rasgos étnicos de los vendedores de los comercios y los locales gastronómicos, y de gran parte de quienes recorren el lugar, por visita o por compras, más el uso del idioma nativo, le dan un aire de pequeña ciudad china. Este sector es un lugar comercial, una especie de feria adentro y afuera de los locales mismos.

**Fotografía 41:** El “Clima” del lugar: actividad comercial predominante del Barrio Chino.



*Fotografía de la autora. Noviembre-2010.*

**Nota:** obsérvese la venta ambulante: un vendedor de flores y plantas que ha llegado con su automóvil, y vende a los transeúntes.

El aspecto general no es de pulcritud, sino de desorden: autos que transitan en momentos en que la calle debería ser de uso exclusivo peatonal, el poco espacio en las aceras, suciedad en las calles.

**Fotografía 42:** Vista de la acera del Barrio Chino.



*Fotografía de la autora. Noviembre-2010.*

Se observan en la calle autos y camionetas de los vendedores, que han traído la mercadería para vender. Hay presencia de visitantes, pero mayoritariamente personas de origen asiático. A la mayoría de los visitantes se los observaba comprando en los supermercados o con bolsitas de compras en las manos.

**Fotografía 43:** Vista de la acera del Barrio Chino.



*Fotografía de la autora. Noviembre-2010.*

**Fotografía 44:** “Clima” del lugar: varias familias chinas comprando. No es un “ambiente” festivo. Barrio Chino.



*Fotografía de la autora. Noviembre-2010.*

Solo hay oferta de espectáculos en la vía pública el día del Año Nuevo Chino.

En relación a las características postmodernas y globalizantes se puede mencionar la escenificación del paisaje urbano de un barrio como el de Belgrano con elementos culturales asiáticos, y la irrupción de un arco de entrada al **Barrio Chino** dentro del barrio de Belgrano.

### ***La función turística del Barrio Chino***

El principal atractivo del **Barrio Chino**, es el recorrido por las calles Arribeños, Mendoza y Montañeses, donde se suceden locales gastronómicos, comercios y establecimientos dedicados a la cultura asiática.

### **Servicios turísticos**

Se presenta a continuación una lista de establecimientos que, ubicados en el **Barrio Chino**, prestan servicios turísticos (alimentación, comercios turísticos y esparcimiento).

### **Servicios de alimentación**

En el **Barrio Chino** se encuentran veintitrés (23) locales gastronómicos (bares, cafés y restaurantes) de los cuales, diecisiete (17) se encuentran en la calle Arribeños, cinco (5) locales en la calle Mendoza y uno (1) en la calle Montañeses. También nueve (9) locales de mercado de comidas y supermercados, ocho (8) en la calle Arribeños, y uno (1) en la calle Mendoza.

#### *Establecimientos gastronómicos (Bares, Cafés y Restaurantes):*

1. **Todos Contentos.** Arribeños 2177.
2. **Restaurante Su.** Arribeños 2123.
3. **Siempre Verde.** Arribeños 2127.
4. **Dragón Porteño.** Arribeños 2137.
5. **La Gran Muralla China.** Arribeños 2147.
6. **Mis raíces.** Arribeños 2148.
7. **Lai Lai.** Arribeños 2168.
8. **Palitos.** Arribeños. 2243.
9. **Hsiang Ting-Tang.** Arribeños 2245.
10. **Buddhaba.** Arribeños 2288.
11. **Ciudad Exquisita.** Arribeños 2278.
12. **Lotus Neo Thai.** Arribeños 2265.
13. **Restaurant Japonés.** Arribeños 2308.

14. **Ichiban.** Arribeños 2233.
15. **Edificio Dashi.** Arribeños 2308.
16. **Pobre Luis.** Arribeños 2393.
17. **Chi Chi.** Arribeños 2328.
18. **China Rose.** Mendoza 1689.
19. **Restaurante Chino.** Asia. Mendoza 1725.
20. **Cantina ChinaTown.** Mendoza 1700
21. **Restaurante Bar.** Mendoza
22. **Asia Central.** Mendoza 1612.
23. **Hong kong Stile.** Montañeses 2149.

#### *Mercados de comidas y supermercados*

1. **Supermercado Huaxi.** Arribeños y Juramento.
2. **Chau Kok. Supermercado.** Arribeños.
3. **Supermercado Agilab.** Arribeños 2257.
4. **Supermercado Asia Oriental.** Mendoza 1661.
5. **Casa China.** Arribeños 2173.
6. **Casa China.** Arribeños 2257.
7. **Ichiban.** Arribeños 2233.
8. **Sanfu.** Arribeños 2212.
9. **Defu.** Arribeños 2234.

#### **Comercio turístico**

Hay nueve comercios de regalería: siete (7) en la calle Arribeños y dos (2) en la calle Mendoza. Hay también otros siete (7) comercios: una (1) herboristería, dos (2) casas de modas, dos (2) peluquerías, una (1) casa de medicina China y una (1) casa de acupuntura. Otros comercios como una vinería, casa de cuadros y un local de loterías alternan con los negocios asiáticos.

#### *Tienda de venta de regionales, artesanías, souvenirs*

1. **Souvenir regalería.** Arribeños 2230.
2. **Regalería El Edén.** Arribeños 2234.
3. **Casa de Regalos.** Arribeños 2250.
4. **El mundo de los regalos.** Arribeños 2272.
5. **Galería Local 2.** Arribeños 2100.
6. **Regalaría Rey.** Arribeños 2148.
7. **Regalería.** Arribeños 2150.
8. **Regalería.** Arribeños 2144

9. **Regalería.** Arribeños 2130.
10. **Regalería.** Arribeños 2128.
11. **Tienda de Fengshui.** Arribeños 2155.
12. **Tienda de Regalos.** Mendoza 1671.
13. **Tienda de Regalos.** Mendoza 1636.
14. **Tienda de Regalos.** Mendoza 1770.

#### *Otros comercios en el Barrio*

- **Primavera Vita.** Mendoza y Arribeños.
- **Casa de Modas.** Mendoza 1724.
- **Casa de Modas Ya Rou.** Mendoza 1705.
- **Peluquería.** Mendoza 1692.
- **Peluquería.** Mendoza 1772.
- **Casa de Medicina China.** Mendoza 1740.
- **Casa de Acupuntura.** Mendoza 1730.

#### **Esparcimiento y cultura**

En el **Barrio Chino** se ubican los siguientes cinco (5) sitios destinados a actividades culturales y de esparcimiento:

1. **Galería de Arte Oriental Budhaba.** Arribeños 2288.
2. **Instituto Cultural de Idiomas de la Iglesia Presbiteriana Evangélica Sin-Heng.** Mendoza 1660.
3. **Iglesia Presbiteriana Evangélica Sin-Heng.** Mendoza 1660.
4. **Templo Budista Chong Kuan.** Montañeses 2175.
5. **Asociación Cultural China.** Montañeses 2175.

#### ***Distribución espacial de los componentes en función turística***

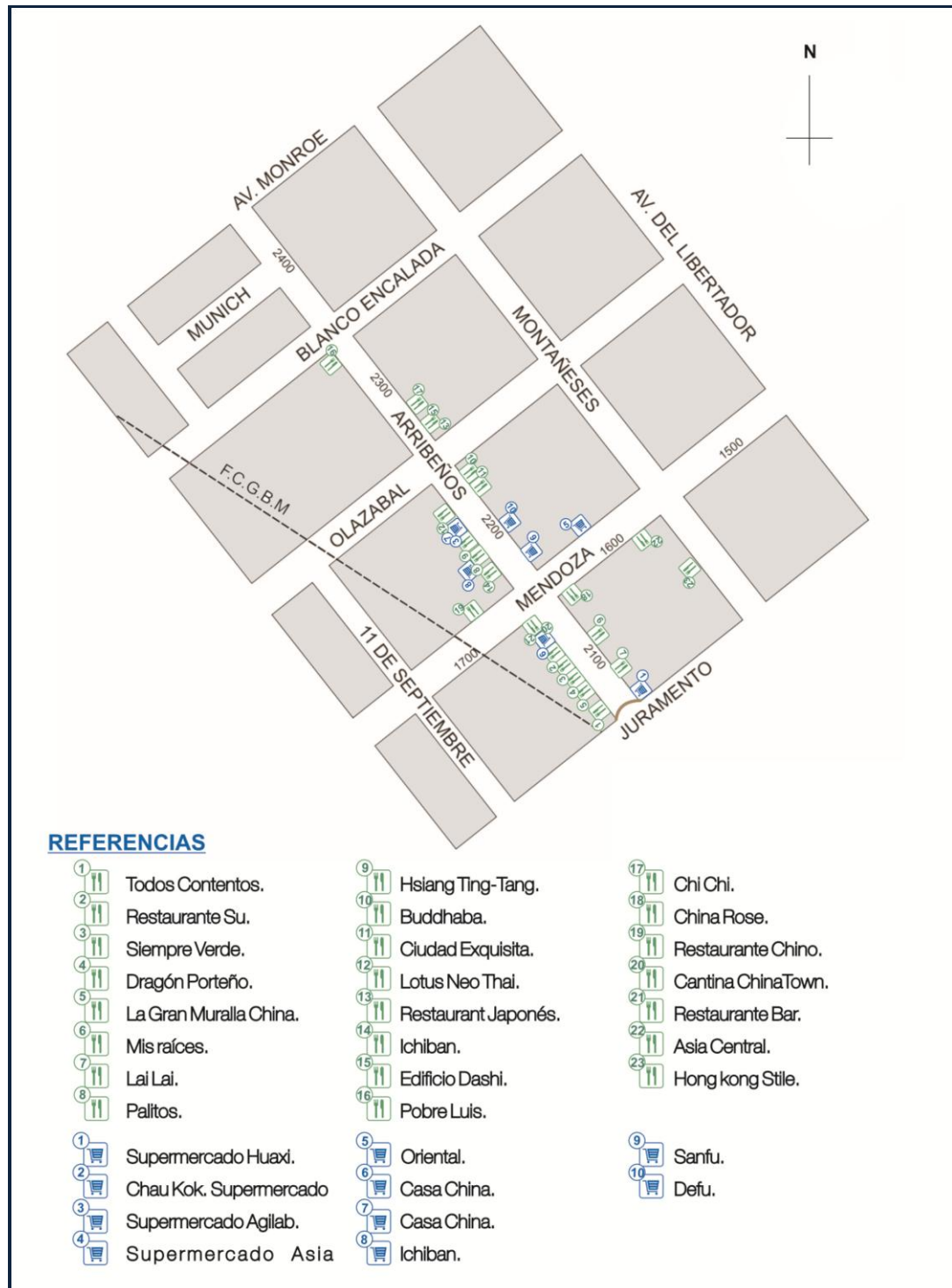
A continuación se presentan mapas de la distribución espacial de los componentes de la función turística.

La distribución es concentrada. En forma de una cruz entre la calle Arribeños a la que atraviesa la calle Mendoza. Se encuentra un local en la calle Montañeses. La mayoría de los negocios de bares, restaurantes, casas de comidas y *souvenirs* se encuentran en las calles Arribeños al 2.100, 2.200 y 2.300. La mayoría de otros negocios como peluquerías, casa de acupuntura y medicina china se encuentran en la calle Mendoza. En la calle Montañeses se encuentra solo un local. El tipo de distribución es heterogéneo. Todos los servicios turísticos se encuentran en forma alternada. Se



observa una distribución lineal sobre la Calle Arribeños, la paralela Montañeses y una leve expansión sobre la perpendicular Mendoza.

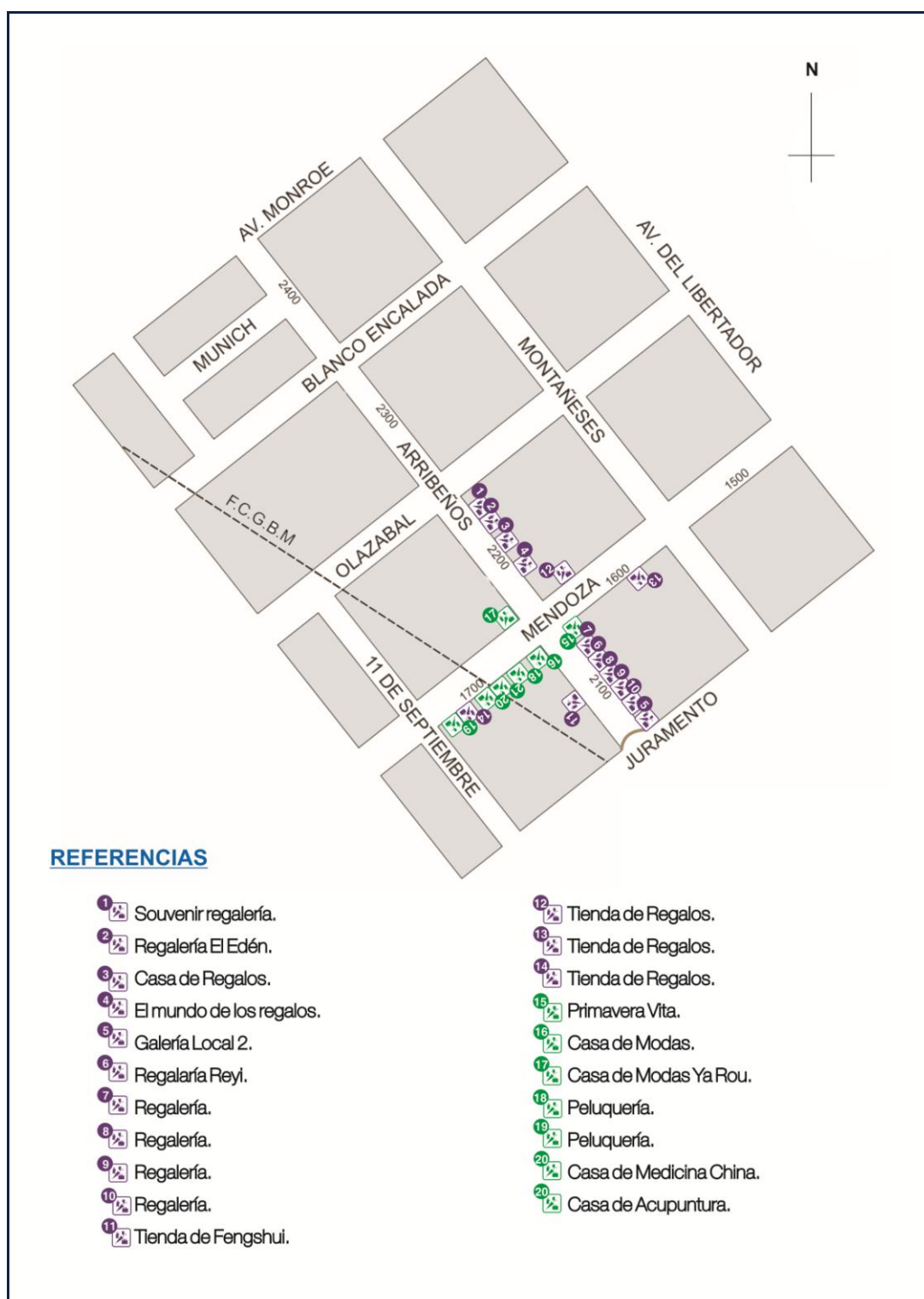
**Mapa 36:** Distribución de los servicios de alimentación. Barrio Chino.



Fuente: Elaboración propia.



**Mapa 37:** Distribución de los comercios turísticos. Barrio Chino.



Fuente: Elaboración propia.

**Mapa 38:** Distribución de los servicios de esparcimiento y actividades culturales.  
Barrio Chino.



Fuente: Elaboración propia.

**Mapa 39:** Distribución del conjunto de los componentes de la función turística.  
Barrio Chino.



Fuente: Elaboración propia.

## **Síntesis**

El **Barrio Chino** es un sector del Barrio de Belgrano, que es atractivo turístico, y comprende unas pocas cuadras de tres calles. Tiene límites abiertos, y un acceso claramente marcado por un enorme arco. Es un lugar de intensa actividad, con veintitrés (23) locales gastronómicos, nueve (9) mercados de comidas y supermercados, y catorce (14) comercios de regalería. Además, hay herboristería, casas de modas, peluquerías, casa de medicina china y de acupuntura. La función urbana del **Barrio Chino** es predominantemente comercial y cultural, ofreciendo los servicios para la colectividad asiática (desde productos de alimentación hasta ropas, peinados, religión, etc.), aunque comparte la función con el uso residencial.

Los servicios destinados al turista, son comerciales, de esparcimiento y de restauración.

No hay servicios de alojamiento.

## 6.3 Sección 2: Dimensión Consumo

### 6.3.1 Introducción

A continuación, se presenta la relación de los establecimientos comerciales de los tres sectores de la Ciudad de Buenos Aires que se estudian, con la descripción o enumeración de algunas de sus principales características.

También se menciona, para cada uno de ellos, su **relación con la corriente migratoria**, para determinar la cual, se tuvieron en cuenta los siguientes **criterios**:

- **Nombre**
- **Diseño del cartel**
- **Ornamentación**
- **Edificio:** arquitectura y origen
- **Historia:** relación del edificio o del establecimiento con personas o hechos históricos vinculados al origen migratorio
- **Ambientación**

En función de esos criterios, los establecimientos **se clasifican**, en cuanto a su relación con la corriente migratoria, en:

- **Ninguna relación:** cuando no esté presente ninguno de los criterios considerados,
- **Baja relación:** cuando se encuentren uno o dos criterios
- **Relación media:** cuando se encuentren tres criterios
- **Alta relación:** cuando se encuentren cuatro a siete de los criterios

### 6.3.2 Avenida de Mayo

#### **Relación de establecimientos de alojamiento**

##### **Castelar Hotel & Spa**

Hotel de categoría cuatro estrellas.

Relación con la corriente migratoria: alta.

Nota: el Hotel Castelar fue inaugurado en 1928 como Hotel Excélsior. De estilo académico fue el primer hotel de la ciudad con baños turcos, masajes y similares. El nombre del hotel es un homenaje a Emilio Castelar y Ripoll, presidente de la Primera República Española. En el subsuelo del hotel funcionaba la peña Signo. Esta peña era un lugar de encuentro de la intelectualidad argentina y extranjera. Entre ellos los españoles Federico García Lorca, Milagros de la Vega, Luisa Vehil.

En el año 1933 visita y se aloja por 7 meses el poeta Federico García Lorca (1896-1936). Había venido a presentar Bodas de Sangre con Lola Membrives al Teatro Avenida. La habitación ocupada por Federico García Lorca era la N° 704.

En el año 2003 con motivo del 70° de su visita, el Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires realizó la ambientación de la habitación. Se pueden ver en las paredes personajes de algunas de las obras más famosas del poeta. En los pasillos del 7° piso se colocaron murales que condensan su vida durante la década del 30. Actualmente se realizan visitas guiadas de lunes a viernes de 15 a 18:30 horas.

El restaurante del hotel fue declarado Bar Notable en el año 2004.

#### **Fotografía 45:** Anuncio en el hotel Castelar. Avenida de Mayo.



*Fotografía de la autora. Noviembre-2010.*

**Fotografía 46:** Vinculación con la corriente migratoria. Placa a Federico García Lorca. Hotel Castelar. Avenida de Mayo.



*Fotografía de la autora. Noviembre-2010.*

### **Nuevo Mundial Hotel**

Hotel de categoría dos estrellas.

Relación con la corriente migratoria: media.

Nota: el hotel ocupa un antiguo edificio de la época Art Déco. Es uno de los primeros hoteles de la Avenida.

### **Gran Hotel Hispano**

Hotel de categoría dos estrellas.

Relación con la corriente migratoria: alto.

Nota: la arquitectura y la historia del hotel están en relación con la corriente migratoria. El edificio es de estilo colonial español. La ambientación, con sus patios internos también son españoles. Fue el primer establecimiento que abrió en la avenida en el año 1897. Fundado por un español. El intenso flujo inmigratorio de la época lo convirtió en una especie de sucursal de la península ibérica, y entre los notables que se alojaron se encuentra José Ortega y Gasset, Ramón Menéndez Pidal, y Ramón del Valle Inclán. El Gran Hotel España constituyó un refugio para los españoles expatriados.



Este hotel se hizo famoso por su “aire de casa”, en realidad se trataba de “una gran casa española”. Hoy el hotel ha sido reciclado pero ya no tiene el esplendor que supo tener. Está a cargo de una familia española.

**Fotografía 47 :** Vinculación con la corriente migratoria. Patio interior del hotel Hispano. Avenida de Mayo.



*Fuente: Hotelhispano.com*

### **Hotel Cecil**

Hotel de categoría dos estrellas.

Relación con la corriente migratoria: media.

Nota: El hotel Cecil es el ex Hotel Metropole. Fue construido en el año 1900 y en el año 1908 paso a llamarse Cecil.

### **Marbella Hotel**

Hotel de categoría dos estrellas.

Relación con la corriente migratoria: alta.



Nota: construido en el año 1914, de arquitectura francesa. Cada uno de los pisos eran alquilados por familias de elevada posición económica, entre ellos un presidente argentino (Agustín P. Justo). En el año 1934, Ricardo y Joaquín Casiellos comerciantes españoles dedicados a la gastronomía e inversiones inmobiliarias se hacen dueños del mismo. Desde hace 30 años el hotel es administrado por la familia Casielles-San Juan.

**Fotografía 48:** Fachada del hotel Marbella. Avenida de Mayo.



*Fotografía de la autora. Noviembre-2010.*

### **Hotel Avenida**

Hotel dos estrellas.

Relación con la corriente migratoria: media.

### **Madrid Hotel**

Hotel de categoría dos estrellas.

Relación con la corriente migratoria: alta.

Nota: es uno de los primeros hoteles de la Avenida.

**Fotografía 49:** Fachada del hotel Madrid. Avenida de Mayo.



*Fotografía de la autora. Noviembre-2010.*

### **Novel Hotel**

Hotel de categoría dos estrellas.

Relación con la corriente migratoria: alta.

Nota: es un edificio *art nouveau*, obra del arquitecto Schindler del año 1906. Fue uno de los primeros hoteles de la Avenida.

### **Hotel Alcázar**

Hotel de categoría una estrella.

Relación con la corriente migratoria: alta.

Nota: data del año 1885. Es uno de los primeros hoteles de la Avenida.

**Fotografía 50:** Fachada del hotel Alcazar. Avenida de Mayo.



*Fotografía de la autora. Noviembre-2010.*

### **Hotel Gran Vedra**

Hotel de categoría dos estrellas.

Relación con la corriente migratoria: media.

### **Hotel Astoria**

Hotel de categoría dos estrellas.

Relación con la corriente migratoria: media.

### **Hotel Ritz**

Hotel de categoría dos estrellas.

Relación con la corriente migratoria: media.

Nota: fue proyectado por el arquitecto Buschiazzi, en 1894. Fue centro de consultorios médicos. Desde la década del 20 funciona como hotel. Ha perdido sus cúpulas ornamentales.

### **Reyna Hotel**

Hotel de categoría dos estrellas.

Relación con la corriente migratoria: baja.

### **Hotel El Colonial**

Alojamiento sin categorización.

Relación con la corriente migratoria: ninguna.

### **Hotel Familiar Karina**

Hotel de categoría una estrella.

Relación con la corriente migratoria: ninguna.

### **Turista Hotel**

Hotel de categoría una estrella.

Relación con la corriente migratoria: baja

### **Hotel Argentino**

Hotel de categoría una estrella

Relación con la corriente migratoria: media.

Nota. El edificio es obra del arquitecto Scolpini, del año 1909. Ha sufrido refacciones.

### **Hotel Tandil**

Hotel de categoría una estrella.

Relación con la corriente migratoria: media.

Nota: la arquitectura del hotel es de estilo colonial español.

### **Avenida Petit Hotel**

Hotel de categoría una estrella.

Relación con la corriente migratoria: media.

### **Hotel Chile**

Hotel de categoría una estrella.

Relación con la corriente migratoria: media.

Nota: ex Hotel Lutecia es una obra del estilo *art-nouveau* del año 1915. El hotel abrió en 1935. En la planta baja funciona el restaurante Plaza España.

#### **Roma Hotel**

Hotel de categoría una estrella.

Relación con la corriente migratoria: baja.

#### **Metro Hotel**

Hotel de categoría una estrella.

Relación con la corriente migratoria: baja.

#### **Avenue Hostal**

Hostal sin categorizar.

Relación con la corriente migratoria: baja.

Nota: edificio de principio de siglo completamente refaccionado.

#### **Milhouse Avenue**

Hostal sin categorizar.

Relación con la corriente migratoria: baja.

Situado en una mansión restaurada del año 1905. Se trata de un alojamiento de lujo, con instalaciones modernas. Ofrece a los huéspedes áreas de entretenimientos y actividades nocturnas como bandas en vivo, etc.

### **Comentario**

Los hoteles de la **Avenida de Mayo** son hoy hoteles de baja categoría, pero en su época fueron los hoteles más importantes de la ciudad. Solo uno de los hoteles corresponde a una categoría de 4 estrellas, 10 hoteles son de categoría dos estrellas, 8 son de categoría una estrella. Un hotel familiar sin categorizar y dos hostales. Las versiones modernas de alojamiento se han incorporado también a la Avenida. Se trata de hostal, establecimientos que por lo general hospedan a jóvenes turistas. En el caso del Milhouse Avenue, es un hotel de lujo, estilo hotel *boutique*.

La relación de estos hoteles con la corriente migratoria es:

- Alta: seis (6) establecimientos.
- Media: doce (10) establecimientos.
- Baja: seis (6) establecimientos.
- Nula: 2 (dos) establecimientos.

La mayoría de los hoteles tiene relación media, y esto se debe, principalmente, a que conservan el edificio, y en algunos casos son atendidos por descendientes de los primeros dueños que eran casi todos españoles o personas de la colectividad.

Estos hoteles recibían a los visitantes españoles más importantes y estaban ubicados en una avenida que era el centro de la colectividad española: en las inmediaciones de la **Avenida de Mayo** estaban la Unión Gallega, la Asociación Patriótica Española, el Centro Gallego y el Centro Asturiano, y órganos de la prensa escrita como El correo Español, La España, El Gallego, Antón Perulero y Almanaque Sudamericano.

Perduran en la mayoría de los edificios el estilo arquitectónico de sus fachadas, aunque algunos han sufrido transformaciones. Solo el Hotel Castelar conserva una categoría alta, y también una alta relación con la corriente migratoria. Una de sus habitaciones es visitada por su vinculación con el poeta andaluz García Lorca. Uno de los hoteles que ha guardado una relación alta en cuanto a su ambientación es el hotel Gran Hispano, con un gran patio de estilo español sobre el que se suceden las habitaciones. Algunos de los hoteles tienen en sus denominaciones relación con el origen migratorio, como los hoteles Astoria, Madrid, Marbella, Castelar, Gran Hispano, Gran Vedra.

### ***Relación de establecimientos de gastronomía***

#### **Café Tortoni**

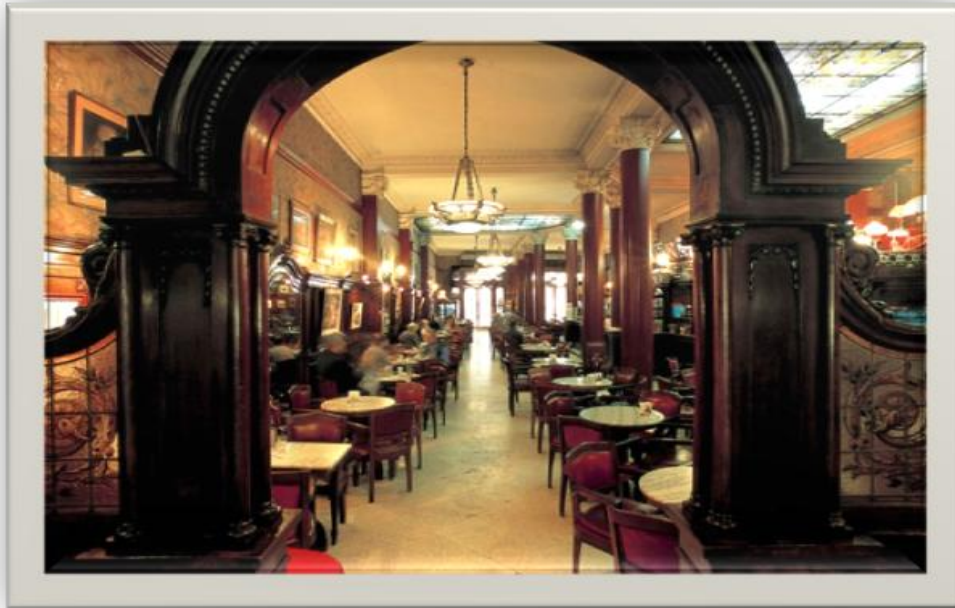
Cafetería.

Relación con la corriente migratoria: alta.

Nota: Es un Bar Notable. Fue inaugurado en el año 1858. En su Bodega, se desarrollan innumerables actividades artísticas y culturales, exposiciones plásticas y literarias, ofreciéndose presentaciones de jazz y espectáculos de tango. Allí funcionó la peña Agrupación de artes y letras, que conducía Benito Quinquela Martín, tuvo de asistentes a españoles como José Ortega y Gasset, Federico García Lorca, y Jorge Luis Borges entre tantos. El café conserva la decoración de sus primeros años. Declarado sitio de interés cultural por la Legislatura de la Ciudad de Buenos Aires, en el año 1995.



**Fotografía 51:** Vista del interior del café Tortoni. Avenida de Mayo.



*Fuente: cafetortoni.com*

### **La Moncloa**

Cafetería.

Relación con la corriente migratoria: alta.

Nota: La ambientación española.

**Fotografía 52:** Vista de la confitería Moncloa. Avenida de Mayo.



*Fotografía de la autora. Noviembre-2010.*

### **Los 36 Billares**

Cafetería y restaurante.

Relación con la corriente migratoria: media.

Nota: es un Bar notable. Fundado en el año 1894. Se convirtió en uno de los lugares emblemáticos de la ciudad, que se distingue por sus mesas de billar. Declarado sitio de interés cultural por la Legislatura de la Ciudad de Buenos Aires, en el año 1995. Hay talleres de tango, ofrece clases gratuitas el tercer sábado de cada mes.

**Fotografía 53:** Fachada del café 36 Billares. Avenida de Mayo.



*Fuente: [www.36billares.com.ar](http://www.36billares.com.ar)*

### **London City**

Cafetería.

Relación con la corriente migratoria: media.

Nota: es un Bar Notable.

### **Confitería del Hotel Castelar**

Confitería.

Relación con la corriente migratoria: alta.

Nota: Bar Notable. Fue descripto en el apartado alojamiento.



## Café Iberia

Cafetería.

Relación con la corriente migratoria: alta.

Nota: Es un Bar notable. El Café Iberia abrió con el nombre La Toja. Este café fue reducto de los republicanos. Enfrente estaba el café El Español, donde se reunían los franquistas. Los enfrentamientos entre ambos bandos, con heridos y sillas arrojadas desde un café al otro eran comunes. Fue declarada *Esquina de Hispanidad*.

En el año 2006 la legislatura de la Ciudad de Buenos Aires colocó sobre su fachada dos placas homenajes con la siguiente inscripción: *Homenaje de la Legislatura de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires a los caídos, exiliados y represaliados en defensa de la II República Española en su 75 aniversario. 1931-2006*. Declarado sitio de interés cultural por la legislatura de la Ciudad de Buenos Aires, en el año 1995.

**Fotografía 54:** Esquina de la Hispanidad. Avenida de Mayo.



Fotografía: [www.plazasycongresos.com](http://www.plazasycongresos.com)

**Fotografía 55:** Vinculación con la corriente migratoria.

Placa-homenaje en la Esquina de la Hispanidad. Avenida de Mayo.



*Fotografía de la autora. Noviembre-2010.*

**Tango**

Bar.

Relación con la corriente migratoria: media.

**La Junta de 1810**

Bar y restaurante.

Relación con la corriente migratoria: media.

**Havanna**

Cafetería.

Relación con la corriente migratoria: ninguna.

**Café M 1933**

Cafetería.

Relación con la corriente migratoria: baja.

**Bar el Cid II**

Bar y Sandwichería.

Relación con la corriente migratoria: media.

### **Tirano**

Bar.

Relación con la corriente migratoria: baja.

### **Olimpia**

Heladería.

Relación con la corriente migratoria: ninguna.

### **Bar Pichín**

Bar, sandwichería.

Relación con la corriente migratoria: ninguna.

### **Confitería, ciber, teléfonos públicos**

Relación con la corriente migratoria: ninguna.

### **Bar Argentino**

Bar.

Relación con la corriente migratoria: baja.

### **Plaza Asturias**

Restaurante. Cocina española.

Relación con la corriente migratoria: alta.

Nota: la ambientación del local es española.

### **Fotografía 56:** Vinculación con la corriente migratoria.

Interior del restaurante Plaza Asturias. Avenida de Mayo.



*Fotografía de la autora. Noviembre-2010.*

### **Café Dalí**

Cafetería.

Relación con la corriente migratoria: media.

### **Plaza España**

Restaurante.

Especialidad en cocina española.

Relación con la corriente migratoria: alta.

Nota: la ambientación del local es española.

### **Restaurante El Imparcial**

Especialidad en cocina española.

Relación con la corriente migratoria: alta.

Nota: es uno de los más antiguos de Buenos Aires. Fundado en 1860 por un inmigrante español. Luego de un derrumbe, es reformado íntegramente.

### **Pedemonte**

Restaurante.

Relación con la corriente migratoria: media.

Nota: es uno de los primeros restaurantes de la Avenida. Fundado en 1890. Declarado sitio de interés cultural por la Legislatura de la Ciudad de Buenos Aires, en el año 1995.

### **Harmony Bar Restaurante**

Bar/restaurante.

Relación con la corriente migratoria: media.

### **La Embajada del Café**

Bar/restaurante.

Relación con la corriente migratoria: media.

### **Eva Bistró**

Cafetería, minutas.

Relación con la corriente migratoria: baja.

### **Parrilla al paso**

Comida Argentina.

Relación con la corriente migratoria: ninguna.

### **La Argentina**

Restaurante.

Relación con la corriente migratoria: media.

### **Restaurante Chino Parrilla libre/Buffer Flor de Mayo**

Restaurante.

Relación con la corriente migratoria: ninguna.

### **Bar Restaurante Teatral La Clac**

Restaurante-teatro.

Relación con la corriente migratoria: alta.

Nota: En la carta se ofrece comida española, se suelen presentar shows flamenco.

### **Pizza Café Alameda**

Pizzería, cafetería.

Relación con la corriente migratoria: media.

**Fotografía 57:** Fachada del café Alameda. Avenida de Mayo.



*Fotografía de la autora. Noviembre-2010.*



*Nota: obsérvese la bandera española en la ventana.*

### **Federico Sushi Resto**

Cocina mediterránea/ japonesa.

Relación con la corriente migratoria: ninguna.

### **Irish Pub**

Pub irlandés.

Relación con la corriente migratoria: ninguna.

### **McDonald's**

Comida rápida

Relación con la corriente migratoria: ninguna.

**Fotografía 58:** Vinculación con la corriente migratoria.

Cartel del menú del restaurante La Clac. Avenida de Mayo.



*Fotografía de la autora. Noviembre-2010.*

### **Bar y Restaurante Antojos**

Minutas.

Relación con la corriente migratoria: baja.

### **Pizzería la Continental**

Pizzería.

Relación con la corriente migratoria: ninguna.

### **Restaurante Ávila**

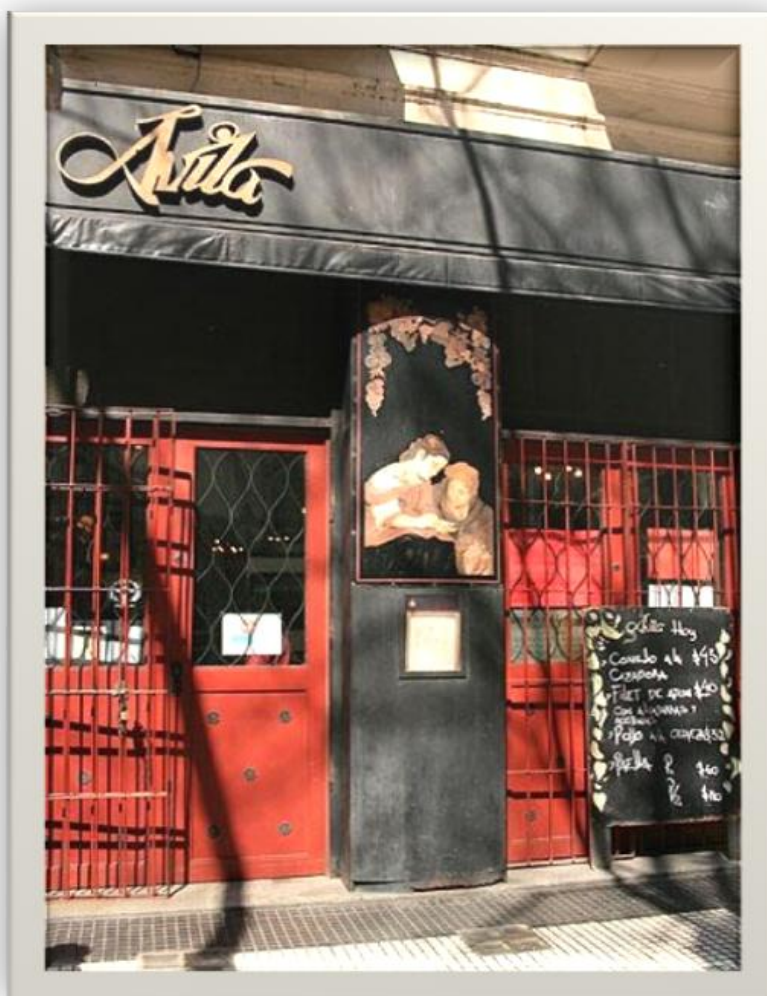
Restaurante.

Especialidad en cocina española.

Relación con la corriente migratoria: alta.

Nota: ambientado como una taberna madrileña. Se sirve comida española y se ofrece *show* de flamenco.

**Fotografía 59:** Fachada del restaurante Ávila. Avenida de Mayo.



*Fotografía de la autora. Noviembre-2010.*

**Fotografía 60:** Interior del restaurante Ávila. Avenida de Mayo.



*Fotografía de la autora. Noviembre-2010.*

**Ouro Fino**

Bar–sandwichería.

Relación con la corriente migratoria: baja.

**El Sitio**

Resto Bar.

Relación con la corriente migratoria: baja.

**Grill Oriente**

Restaurante/Parrilla.

Relación con la corriente migratoria: ninguna.

**Quijote Pizza Café**

Cafetería, restaurante.

Relación con la corriente migratoria: media

**Goya**

Restaurante.

Relación con la corriente migratoria: media.



## Comentario

Son treinta y seis establecimientos, que tienen la siguiente relación con el origen migratorio:

- Media: trece (13) locales.
- Ninguna: once (11) locales.
- Alta: nueve (9) locales
- Baja: siete (7) locales.

Algunos de los cafés en la **Avenida de Mayo** conservan parte del atractivo que tuvieron desde sus inicios, y son hoy cafés y bares notables, la máxima distinción que se otorga a este tipo de establecimiento: Iberia, Tortoni, 36 Billares, London City y la confitería del Hotel Castelar. Su relación con el origen migratorio es alta en el caso de La Moncloa, alta en el caso de Tortoni y La Clac y total en confitería del hotel Castelar y café Iberia, que hoy tienen gran atractivo para residentes y turistas. El resto de los cafés son bares sin casi vinculación con el origen migratorio, o como el café Havanna que perteneciente a una cadena de venta de alfajores típicos y originarios de la ciudad de Mar del Plata, y un Pub Irlandés.

La mayoría los locales sirven comida del tipo minutas, sandwichería, pizzas, parrillas al paso e incluso comidas rápidas (*fast- food*, McDonald), y un restaurante buffet de comida china.

Sin embargo perdura la carta de comida española: bares y restaurantes como Plaza Asturias, Plaza España, Ávila y el Imparcial, están ambientados en relación al origen migratorio, y ofrecen gastronomía española.

En los nombres de los cafés y bares hay indudables reminiscencias del origen migratorio: Ávila, Plaza España, Plaza Asturias, Federico, Goya, Quijote, El Cid, Dalí, Iberia, La Moncloa, Castelar, al lado de las cuales hay otros globalizantes, como Havanna, Irish y Mc Donald.

Como en el caso de los hoteles, muchos de los cafés han desaparecido, pero fueron importantes en su época, y servían, típicamente, chocolate con churros.

## ***Relación de establecimientos comerciales vinculados al turismo: tiendas de venta de artículos regionales, artesanías, souvenirs.***

### **Paseo de la Resistencia**

Artesanías.

Relación con la corriente migratoria: ninguna.

### **Venta de Regionales**

Relación con la corriente migratoria: ninguna.

### **Artesanías** (elaboradas en el sitio)

Relación con la corriente migratoria: ninguna.

### **Circuito comercial a cielo abierto Avenida de Mayo. Paseo de los artesanos.**

### **Artículos regionales Montserrat.**

Especialidades: artesanías en madera, vidrio, bijouterie, etc.

Relación con la corriente migratoria: ninguna.

### **Feria Artesanal del Cabildo**

Relación con la corriente migratoria: ninguna.

### **Botinería D.A.Z**

Venta de artículos de cuero y plata.

Relación con la corriente migratoria: ninguna.

### **Casa Bustamente**

Venta de artículos cuero y plata.

Relación con la corriente migratoria: ninguna.

### **Marroquinería**

Relación con la corriente migratoria: ninguna.

### **Avedis**

Artículos de cuero.

Relación con la corriente migratoria: ninguna.

### **Cueros Pampa**

Marroquinería.

Relación con la corriente migratoria: ninguna.

### **Calzados Santt**

Relación con la corriente migratoria: ninguna.

### **Bazar Wright- Regalos**

Relación con la corriente migratoria: ninguna.

### **Parodi**

Platería.

Relación con la corriente migratoria: ninguna.

### **Comentario**

Estos establecimientos de venta de artículos regionales, regalos, *souvenirs*, cueros y platerías, muy visitados por los turistas, no tienen ninguna relación con la corriente migratoria.

## ***Relación de establecimientos de esparcimiento y actividades culturales***

### **Teatro Avenida**

Relación con la corriente migratoria: alta.

Nota: Inaugurado en 1908. Fue destinado a la Zarzuela. Centro de las actividades musicales y culturales de la colectividad española en Buenos Aires. En el año 1910, en las fiestas del centenario y ante la infanta Isabel, quien representaba la corona española, se puso en escena la Zarzuela "la Verbena de la Paloma". En el año 1933 García Lorca estrenó su obra Bodas de Sangre. Han actuado en el escenario del teatro figuras como Lola Membrives, Carmen Amaya, Margarita Xirgu, Miguel de Molina, Carmen Sevilla, Niño de Utrera, Sarita Montiel. En 1979 sufrió un derrumbe por un incendio ocasionado en el edificio aledaño. En 1987 un grupo de empresarios españoles y argentinos constituyó la Sociedad Reconquista del Teatro Avenida y, con una fuerte inversión, lo reconstruyó, con una lujosa sala para 1200 espectadores. La reinauguración fue en el año 1994 con una función interpretada por Plácido Domingo. Declarado sitio de interés cultural por la legislatura de la Ciudad de Buenos Aires, en el año 1995. Se colocó una placa con el siguiente texto: *Símbolo de la tradición artística española de Buenos Aires*.

**Fotografía 61:** Vinculación con la corriente migratoria.

Placa en el Teatro Avenida. Avenida de Mayo.



*Fotografía de la autora. Noviembre-2010.*

### **Café Los 36 Billares**

Relación con la corriente migratoria: media.

Shows, talleres de tango y programados por el Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires. En el subsuelo juego de billares.

### **London City. Café**

Relación con la corriente migratoria: media.

Shows de tango y programados por el Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires.

### **Café Tortoni**

Relación con la corriente migratoria: media.

Shows de tango y programados por el Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires.

### **Confitería del Hotel Castelar**

Relación con la corriente migratoria: alta.

Espectáculos diversos.

### **Bar Tango**

Show de tango.

Relación con la corriente migratoria: media.

### **Bar Restaurante Teatral La Clal.**

Relación con la corriente migratoria: alta.

Shows de flamenco y espectáculos diversos.

### **Restaurante Ávila**

Relación con la corriente migratoria: alta.

Show de flamenco.

### **Academia de tango**

Relación con la corriente migratoria: ninguna.

Shows, talleres de tango.

## **Comentario**

En varios de los establecimientos gastronómicos de la **Avenida de Mayo**, hay oferta de espectáculos que tienen relación con la corriente migratoria.

El Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires organiza, espectáculos y actividades callejeras. Se trata de espectáculos algunos de ellos programados por el Ente de Turismo de la Ciudad, en relación a diferentes temáticas entre ellas actividades de danza, poesía y música española. En otros casos son espectáculos musicales y teatrales. Por otra parte, el teatro Avenida es el representante de la Zarzuela en la Ciudad de Buenos Aires.

## Síntesis

En la actualidad, la **Avenida de Mayo** es un área urbana destinada principalmente a la actividad administrativa, gubernamental, bancaria y de seguros. Además, por tener en sus dos extremos a la Casa de Gobierno, y al Congreso (que, a decir de Borges, en 1905 era un “...*vanidoso edificio con una cúpula, que está al fondo de una avenida poblada de españoles...*”), constituye un lugar en que casi a diario transitan grandes y masivas manifestaciones políticas públicas.

La actividad comercial principal es la de servicio a las personas que trabajan en las intermediaciones, y las que concurren a realizar trámites en las números oficiales públicas y privadas.

Sigue siendo un lugar de atracción del turista, en particular por su importancia cívico-político-institucional, y ya no tanto por su origen migratorio.

Por otro lado, sigue siendo el asiento de una importante actividad hotelera, pero constituida por hoteles antiguos, bastante degradados, que conservan en una medida su relación con el origen migratorio, en particular por los edificios, su construcción y destino original, sus dueños de antes y de ahora, su estética, nombres, etc.

La **Avenida de Mayo** tuvo desde sus inicios importante actividad en el rubro hotelaría. Hacia 1910 ya se habían instalado hoteles, que en fachadas e interiores mostraban las tendencias arquitectónicas de la época (academicismo, *art nouveau* y *art déco*). Eran en general de lujo, como el Hotel Majestic, inaugurado en 1910, actual asiento del Museo de la Administración Federal de Ingresos Públicos, destinado a alojar delegaciones que llegaron para los festejos del Centenario de la Revolución de Mayo. En él se alojó el séquito de la Infanta Isabel de Borbón. Otros hoteles ya desaparecidos fueron Pensión España Hotel, Avenida, D’Arc, Madrid, Hispano, Mundial, Chile, Español (*primero* Hotel Castilla, actualmente ocupado por el Banco Santander).

Los cafés en la **Avenida de Mayo** fueron en sus comienzos *cafés a la española*, donde se preparaba el clásico *chocolate con churros*. Franquistas y republicanos discutieron en sus mesas. Muchos están ya desaparecidos, como La Armonía (con fama de ser el mejor sitio de chocolates con churros), Paris, Latino, La Cosechera, La Castellana (al que podía concurrir toda la familia, en esa época en que se veía como impropio que una mujer concurreniera a un café), Gaulois (más tarde Central), Colón (reducto de anarquistas), Puerta del Sol, La Victoria, Parque Goal, y La Alhambra (que tiene todavía el cartel en la fachada, y un gran mural en las paredes). Algunos conservan en historia y arquitectura parte del atractivo que tuvieron desde sus inicios, y algunos de ellos son hoy *cafés y bares notables*.

Algunos tienen una alta o alta relación con el origen migratoria, como La Moncloa, Tortoni, La Clac, la confitería del hotel Castelar y el café Iberia, que hoy tienen gran atractivo para residentes y turistas.

El resto de los cafés son bares sin particularidades, y sin relación con la corriente migratoria.

Los locales de gastronomía también han perdido esta relación con la corriente migratoria, ofreciendo comidas del tipo minutas, sandwichería, pizzas, parrillas al paso, comidas rápidas (*McDonald*) y un restaurante buffet de comida china. Sin embargo perdura la carta de comida española tanto en los bares como en los restaurantes Plaza Asturias, Plaza España, Ávila y el Imparcial, que además están ambientados y decorados en relación directa al origen migratorio español, llegando en algunos locales a lucir la bandera española.

Culturalmente, la vinculación de la **Avenida de Mayo** con la migración española, intensa desde sus comienzos en los ya desaparecidos Cine Lara (inaugurado en el año 1915) y Teatro de Mayo (inaugurado en 1897, destinado a representar zarzuela y sainete), persiste en el teatro Avenida, cuya relación con la corriente migratoria es total, en la oferta de espectáculos de los establecimientos gastronómicos, y en la del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires.

La actividad comercial de venta de objetos, está ya muy poco, o nada, relacionada con el origen migratorio de la Avenida. Ninguna relación con la corriente migratoria tienen los establecimientos de venta de regionales, regalos, cueros y platerías. Hay una oferta grande de negocios de loterías que nada tiene que ver con el consumo turístico ni con el origen migratorio.

### 6.3.3 Barrio de La Boca

La actividad comercial que se desarrolla en el sector turístico del **Barrio de La Boca**, está íntegramente destinada al turista: gastronomía, alojamiento, comercio, y actividades de esparcimiento.

A continuación, se presenta la relación de los establecimientos comerciales de este sector de Buenos Aires, con la descripción o enumeración de algunas de sus principales características.

También se menciona, para cada uno de ellos, su **relación con la corriente migratoria italiana**.

#### **Relación de establecimientos de alojamiento**

##### **Living La Boca**

*Bed and Breakfast*. Sin categorizar.

Relación con la corriente migratoria: media.

Nota: el alojamiento funciona dentro de un conventillo.

**Fotografía 62:** Alojamiento *Living La Boca*. Barrio de La Boca.



Fotografía: [redbocabarracas.org.ar](http://redbocabarracas.org.ar)

**Nota:** se trata de un conventillo reacondicionado como alojamiento.

##### **Hostal de La Boca**

*Hostal*. Sin categorizar.

Relación con la corriente migratoria: alta.

Nota: El hostel era un antiguo hotel a principios del siglo XX, en el que se alojaban los inmigrantes recién llegados. Fue un conventillo, que ha sido reformado, conservando las características típicas, habitaciones con techos altos, ventanas amplias, una gran galería y patios internos.

### **La Boca Hostel**

*Hostal.* Sin categorizar.

Relación con la corriente migratoria: alta.

Nota: el hostel ocupa un antiguo conventillo, restaurado. Posee 5 habitaciones decoradas por artistas del barrio. Presenta en ocasiones, exposiciones de artes plásticas y fotografía.

### **Comentarios**

Estos tres alojamientos turísticos no figuran en los folletos, ni páginas oficiales del Ente de Turismo de Buenos Aires.

Se publica en una página que ha creado la Red de turismo sostenible de La Boca y Barracas.

Su relación con la corriente migratoria es alta.

### ***Relación de establecimientos de gastronomía***

#### **Pizzería Ariel**

Pizzería.

Relación con la corriente migratoria: alta.

Nota: pizzería de valor patrimonial.

#### **Pizzería Augusto**

Pizzería.

Relación con la corriente migratoria: alta

Nota: pizzería de valor patrimonial.

#### **Pizzería Banhero**

Pizzería y platos tradicionales de la cocina genovesa.

Relación con la corriente migratoria: alta.

Nota: pizzería de valor patrimonial. Inaugurada por el inmigrante genovés Agustín Banhero, en 1932. Es una de las pizzerías tradicionales de Buenos Aires.

Cuenta con varias sucursales en la ciudad. Su cocina ha sido declarada "Patrimonio cultural intangible". Sitio de Interés Cultural de la Ciudad de Buenos Aires, en el año 2002. Tiene una placa que dice "*por sus aportes a la cocina Argentina*".



### **Café y Bar Roma**

Sandwichería.

Relación con la corriente migratoria: media.

Nota: el Bar Roma, constituye un hito en la iconografía boquense. Es de los más antiguos y tradicionales de la zona.

### **Bar Augusto**

Restaurante. Delivery. Cocina Italiana e internacional.

Relación con la corriente migratoria: alta.

Nota: local de valor patrimonial.

### **Bochicha**

Restaurante.

Especialidad: cocina internacional moderna

Relación con la corriente migratoria: media.

### **Nuevo Paris**

Bar, café, minutas.

Relación con la corriente migratoria: media.

Nota: es un bar tradicional de la zona, que cuenta con varias mesas y sillas de madera en muy buen estado. También las típicas barras y mesas de *pool*. Curiosidad: sobre sus paredes hay fotos que reflejan la vida del barrio y figuras muy famosas de allí.

### **La Cancha Bar-Almacén El Est año 1880**

Bar y Restaurante.

Relación con la corriente migratoria: media.

Nota: es uno de los últimos bares-almacén de la ciudad.

Tiene Valor Patrimonial. Declarado sitio de interés cultural. 2004. Es un Bar Notable.

### **Valle de Palos**

Café y Sandwichería.

Relación con la corriente migratoria: media.

### **Café y Restaurant La Buena Medida**

Café y Restaurante.

Relación con la corriente migratoria: media.

Nota: funcionó como almacén y despacho de bebidas. Es un Bar Notable. En este local se han filmado películas.

### **El Puerto de Ariel**

Restaurante, minutas.

Relación con la corriente migratoria: media.

### **La Farola de La Boca**

Restaurante de cocina internacional, que incluye comida italiana.

Relación con la corriente migratoria: media.

### **Bar Argerich**

Bar.

Relación con la corriente migratoria: media.

### **El Puente**

Restaurante.

Relación con la corriente migratoria: media.

### **Ideale**

Restaurante/ parrilla.

Relación con la corriente migratoria: media.

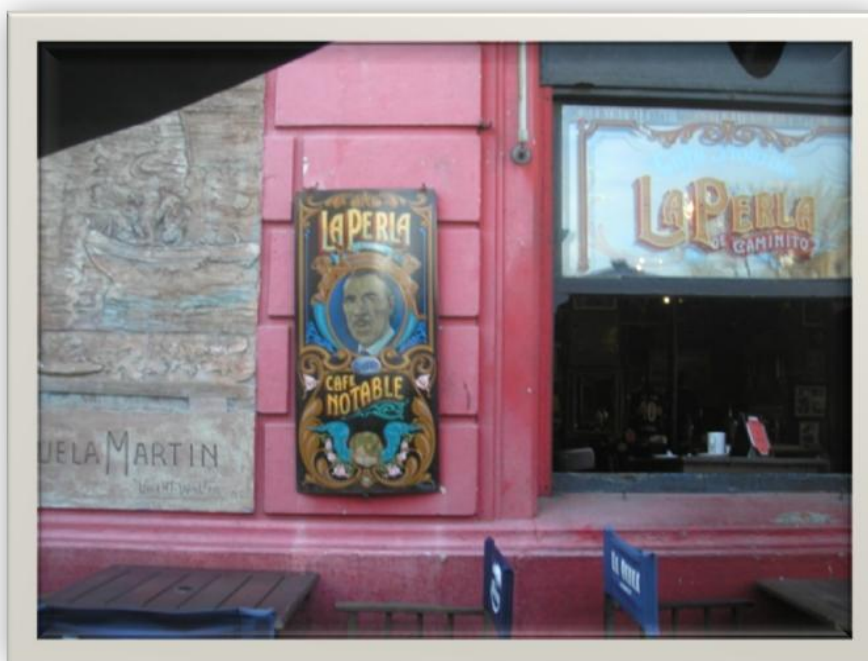
### **Bar La Perla**

Bar y Restaurante.

Relación con la corriente migratoria: alta.

Nota: es un Bar Notable. Funciona como tal desde hace más de ochenta años en la planta baja de un edificio italianizante de dos pisos, construido alrededor del 1900. Con rústicas mesas de madera, exhibe cuadros de los pintores de la zona, fotografías de conocidos artistas nacionales e internacionales, de jugadores de fútbol. Se han filmado películas. Los días sábados hay *shows* de tango.

### **Fotografía 63:** Bar La Perla. Barrio de la Boca.



*Fotografía de la autora. Noviembre-2010.*

### **La Barbería**

Restaurante.

Especialidad: cocina italiana.

Relación con la corriente migratoria: alta

Nota: cena con *shows* de tango.

### **La Ribera**

Restaurante.

Especialidad: mariscos.

Relación con la corriente migratoria: media.

### **Puerto Viejo**

Bar café, parrilla.

Relación con la corriente migratoria: media.

### **Vapor de la Carrera**

Restaurante.

Especialidad: cocina Internacional, incluye italiana.

Relación con la corriente migratoria: media.

### **El Corsario**

Restaurante.

Especialidad: cocina tradicional, incluye italiana.

Relación con la corriente migratoria: media.

### **Patagonia Sur**

Restaurante.

Especialidad: cocina internacional.

Relación con la corriente migratoria: ninguna.

### **El Boliche de los Ingenieros**

Restaurante

Especialidad: cocina internacional, incluye italiana.

Relación con la corriente migratoria: media.

### **Caminito Tango Show**

Restaurante.

Especialidad: cocina internacional, incluye italiana.

Relación con la corriente migratoria: alta.

Ofrece *shows* de tango.

### **El Rinconcito**

Restaurante.

Especialidad: comida variada, incluye italiana.

Relación con la corriente migratoria: alta.

### **El Samovar de Rasputín**

Restaurante.

Especialidad: comida variada, incluye italiana.

Relación con la corriente migratoria: alta.

### **Restaurante La Estufa**

Restaurante.

Especialidad: comida variada, incluye italiana.

Relación con la corriente migratoria: alta.

### **La Bombonera**

Restaurante.

Especialidad: cocina tradicional, incluye italiana.

Relación con la corriente migratoria: media.

### **Restaurante Don Filiberto**

Restaurante.

Especialidad: cocina italiana.

Relación con la corriente migratoria: alta.

### **La Barrica** (vino-tango-arte)

Restaurante y tanguería.

Especialidad: comida internacional, incluye italiana.

Relación con la corriente migratoria: media.

Nota: Se baila y enseña tango.

### **La Vieja Rotisería**

Restaurante.

Especialidad: cocina tradicional, incluye italiana.

Relación con la corriente migratoria: media.

### **Cepas de Salta**

Restaurante.

Especialidad: cocina argentina.

Relación con la corriente migratoria: baja.

### **Restaurante La Rueda**

Restaurante tango Show.

Especialidad: cocina tradicional, incluye italiana.

Relación con la corriente migratoria: media.

Nota: hay show de tango y folklore.

### **Concierto de Cuchillos**

Restaurante.

Especialidad: cocina variada, incluye cocina italiana.

Relación con la corriente migratoria: alta.

Nota: es un conventillo recuperado.

### **Restaurante Che Carlos**

Restaurante.

Especialidad: cocina de autor.

Relación con la corriente migratoria: baja.

### **La Chirilisima**

Restaurante.

Especialidad: minutas, incluye comida italiana.

Relación con la corriente migratoria: alta.

### **La Casona de Raquel**

Restaurante.

Especialidad: cocina tradicional, incluye comida italiana.

Relación con la corriente migratoria: media.

### **Pizzería San Esteban**

Pizzería.

Relación con la corriente migratoria: media.

### **Bocatango**

Restaurante /Complejo Artístico.

Especialidad: cocina variada, incluye italiana

Relación con la corriente migratoria: alta.

También es paseo de tango, y mostración de un conventillo y de aspectos de la inmigración italiana.

### **Don Carlos**

Restaurante.

Especialidad: cocina Italiana y variada.

Relación con la corriente migratoria: media.

### **Parrilla Hasta el Huesito**

Parrilla.

Relación con la corriente migratoria: media.

### **La Ribera Sur**

Restaurante.

Especialidad: comida italiana.

Relación con la corriente migratoria: alta.

### **El Nuevo Mileno**

Bar minutas, pizzería.

Relación con la corriente migratoria: baja.

### **Havanna Café**

Cafetería.

Relación con la corriente migratoria: baja.

### **Restaurante Pulpería La Argentina**

Restaurante.

Especialidad: cocina tradicional, incluye comida Italiana.

Relación con la corriente migratoria: alta.

### **Café de los Artistas**

Cafetería y Sandwichería.

Relación con la corriente migratoria: alta.

### **La Montura**

Parrilla.

Relación con la corriente migratoria: ninguna.

### **Che tango**

Bar y tanguería.

Relación con la corriente migratoria: ninguna.

Nota: hay *show* de tango.

### **Lo de Danny**

Pizzería.

Relación con la corriente migratoria: baja.

### **Los Laureles**

Bar restaurante

Especialidad: cocina variada, incluye comida italiana.

Relación con la corriente migratoria: media.

### **Quinquela Resto**

Restaurante.

Especialidad: pastas caseras/parrilla.

Relación con la corriente migratoria: media.

### **El Paraíso**

Restaurante /Parrilla al aire libre.

Relación con la corriente migratoria: ninguna.

### **Agárrate Catalina**

Cantina.

Especialidad: pastas caseras/parrilla.

Relación con la corriente migratoria: alta.

### **Aroma exprés**

Bar, restaurante.

Relación con la corriente migratoria: ninguna.

## **II. Matarello**

Restaurante.

Especialidad: cocina italiana.

Relación con la corriente migratoria: alta.

Nota: la ambientación del interior es italiana.

## **El Obrero**

Cantina-bar.

Especialidad: cocina tradicional, incluye comida italiana.

Relación con la corriente migratoria: alta.

## **Cantina II. Picolo Vapore**

Restaurante.

Especialidad: cocina internacional, incluye comida italiana.

Relación con la corriente migratoria: alta.

## **Cantina Rimini**

Restaurante.

Especialidad: comida tradicional, incluye italiana.

Relación con la corriente migratoria: alta.

## **Cantina tres Amigos**

Restaurante.

Especialidad: comida tradicional, incluye italiana.

Relación con la corriente migratoria: alta.

## **II. Conventillo Nonno Bachicha**

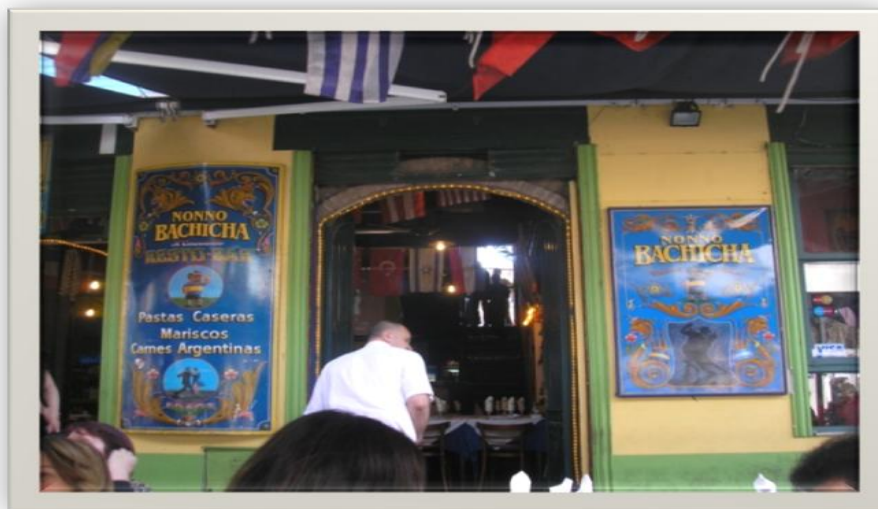
Restaurante.

Especialidad: cocina internacional, incluye comida italiana.

Relación con la corriente migratoria: alta.

Nota: ambientación italiana.

**Fotografía 64:** Fachada del restaurante IL Conventillo Nonno Bachicha. Barrio de la Boca.



*Fotografía de la autora. Noviembre-2010.*

**Fotografía 65:** Ambiente festivo, y vinculación con la corriente migratoria.  
Fachada del restaurante *Nonno Bachicha*. Barrio de La Boca.



*Fotografía de la autora. Noviembre-2010.*



### **Los Peterson (Fundación Proa)**

Restaurante.

Especialidad: comida italiana exclusivamente.

Se complementa con la oferta cultural de la Fundación Proa.

Relación con la corriente migratoria: alta.

### **Zarate Club Social, Cultural y Deportivo**

Restaurante.

Especialidad: comida tradicional, incluye italiana.

Relación con la corriente migratoria: media.

Varios locales gastronómicos que funcionaron en el **Barrio de La Boca**, cerraron sus puertas en la década de los 90.

Por ejemplo, en la calle Necochea existían las siguientes cantinas: Spadavecchia, Gaviota, Priano, La cueva de Zingarella, Gennarino, la Barca de Bacchica.

**Fotografía 66:** Exterior de un restaurante. Barrio de la Boca.



*Fotografía de la autora. Noviembre-2010.*

*Nota: Obsérvese las mesas y sillas en la calle y la cartelería.*

## **Comentarios**

Es alta la cantidad de locales gastronómicos en el **Barrio de La Boca**, y su relación con la corriente inmigratoria es, en general elevada, puesto que, en la clasificación propuesta, se distribuyen de la siguiente manera:

- Ninguna relación: seis (5) locales.
- Baja relación: cuatro (5) locales.
- Relación media: veintisiete (27) locales.
- Alta relación: veinticinco (25) locales.

Solo 10 locales de los locales muestran una relación con la corriente migratoria baja o nula. Algunos locales tienen como especialidad la comida italiana, pero la mayoría, sin ser su exclusividad, incluyen la comida italiana en su oferta. Hay 3 bares declarados “Notables” y una pizzería distinguida por su aporte a la gastronomía local. Algunos de los locales son viejos conventillos con elevado valor patrimonial, que han sido reacondicionados para cumplir esta nueva función. Algunos bares y restaurantes ofrecen *shows* de tango, y representaciones artísticas, o muestran fotografías en las que se recrea la vida de los inmigrantes. Algunos de estos establecimientos son propiedad de familias de inmigrantes. La mayoría de los restaurantes colocan las mesas y sillas afuera de los locales, con grandes carteles, empleados que ofrecen la carta a los turistas, y parejas que bailan tango.

Algunos de los restaurantes tienen nombre italiano: IL Conventillo Nonno Bachicha, La Barrica, La Chirilísima, Don Filiberto, Banchero, Augusto, La Barbería, Ideale, Roma, Bochicha, IL Matarello, IL Picolo Vapore y Rimini.

## ***Relación de establecimientos comerciales vinculados al turismo: tiendas de venta de artículos regionales, artesanías, souvenirs, ferias y mercados***

### **Feria del Pasaje Caminito**

Lunes a domingo de 10 a 18 horas.

Especialidad artes plásticas.

Relación con la corriente migratoria: baja.

### **Feria La Vuelta de Rocha**

Jueves a domingos y feriados de 11 a 20 horas.

Especialidad artesanías.

Relación con la corriente migratoria: baja.

Tiene 50 puestos donde se ofrecen artesanías en papel mache, madera, cerámicas, macramé, vidrio, remeras pintadas, y fotografías típicas de La Boca y del resto de la ciudad.

### **Artículos regionales La Boca**

Circuito comercial a cielo abierto.

Relación con la corriente migratoria: baja.

### **El Vapor de la Carrera**

Venta de regalos y antigüedades, a bordo de una embarcación.

Relación con la corriente migratoria: baja.

### **Paseo Internacional**

Tienda de *souvenirs*.

Relación con la corriente migratoria: media.

### **Tienda de Souvenir**

Relación con la corriente migratoria: media.

### **El Rincón de Lucia**

Casa de souvenirs y artesanías.

Relación con la corriente migratoria: alta.

Es un viejo conventillo reciclado, en el que se muestran tres habitaciones/museo, las figuras de una pareja de inmigrantes, la cocina, etc.

### **Tienda de Souvenir**

Relación con la corriente migratoria: media.

### **Tienda de Souvenir**

Relación con la corriente migratoria: media.

### **Tienda de Souvenir**

Relación con la corriente migratoria: media.

### **Caminito Regalos**

Tienda de regalos, *souvenirs*.

Relación con la corriente migratoria: media.

**Fotografía 67:** Exterior de una casa de regalos. Barrio de la Boca.



*Fotografía de la autora. Noviembre-2010.*

*Nota: Obsérvese la prolongación del negocio en la acera.*

### **El Timón**

Regalos, *souvenirs*.

Relación con la corriente migratoria: baja.

### **Costumbres Argentinas**

Relación con la corriente migratoria: baja.

### **Bellas Artes**

Artesanías.

Relación con la corriente migratoria: baja.

### **Paseo del Valle**

Tienda de *souvenirs*.

Relación con la corriente migratoria: baja.

### **Expo-Caminito**

Tienda de *souvenirs*.

Relación con la corriente migratoria: media.

### **Centro Cultural de los Artistas**

Relación con la corriente migratoria: alta.

**Fotografía 68:** Interior de un paseo de compras en un conventillo reciclado.  
Barrio de la Boca.



*Fotografía de la autora. Noviembre-2010.*

*Nota: obsérvese el escenario es una antigua habitación donde se caracteriza la vida de los inmigrantes.*

**Corazón del Tango. Paseo de compras/conventillo histórico.**

Tienda de *souvenirs*.

Relación con la corriente migratoria: alta.

Nota: Conventillo refuncionalizado.

**Tienda de Souvenir.**

Relación con la corriente migratoria: baja.

**Paseo de compras.**

Souvenir.

Relación con la corriente migratoria: media.

**Tienda de Souvenir.**

Relación con la corriente migratoria: baja.

**Tienda de Souvenir.** Magallanes

Relación con la corriente migratoria: baja.

**Souvenir Marisa.**

Relación con la corriente migratoria: baja.

**Tienda de Souvenir.**

Relación con la corriente migratoria: baja.

**Tienda de Regionales.**

Relación con la corriente migratoria: baja.

**Casa Amarilla.**

Relación con la corriente migratoria: media.

**Tienda de Souvenir.**

Relación con la corriente migratoria: baja.

**El nuevo Almacén.**

Relación con la corriente migratoria: baja.

**Tienda de Souvenir.**

Relación con la corriente migratoria: baja.

**Centro de Exposición Tango-bar-Café.**

Relación con la corriente migratoria: media.

**Tienda de Souvenir.**

Relación con la corriente migratoria: media.

**Tienda de Souvenir.**

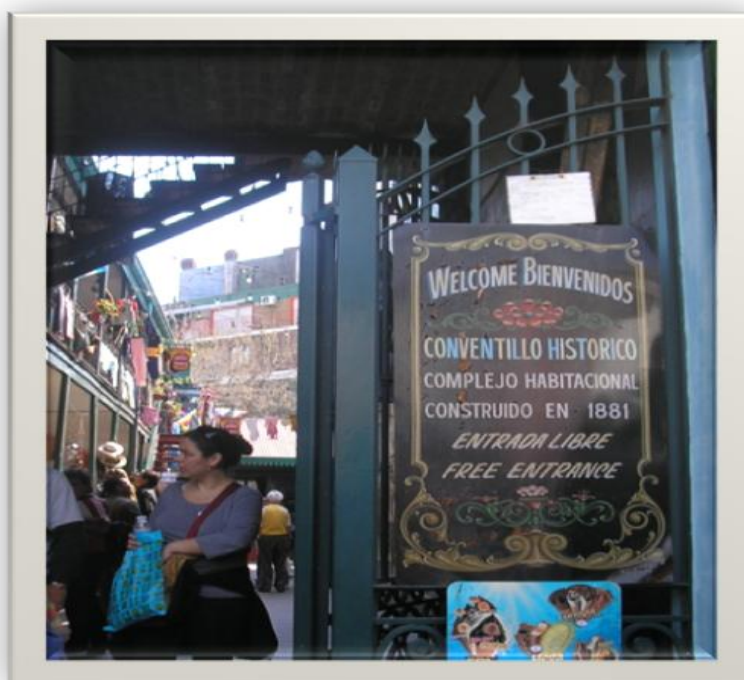
Relación con la corriente migratoria: media.

**Tienda de Souvenir.**

Relación con la corriente migratoria: media.



**Fotografía 69:** Fachada de paseo de compras en un conventillo. Barrio de la Boca.



*Fotografía de la autora. Noviembre-2010.*

**Fotografía 70: Interior de un paseo de compras en el conventillo.**  
**Barrio de la Boca.**



*Fotografía de la autora. Noviembre-2010.*

*Nota: Obsérvese la escenificación de la vida de los inmigrantes.*

### **Comentarios**

La relación de la mayoría de las tiendas de regalos y *souvenir* con la corriente migratoria es baja y media. Solo tres de ellas tienen la relación alta. La distribución de estos establecimientos por cada categoría en la clasificación de su relación con la corriente migratoria, es la siguiente:

- Ninguna relación: ningún local.
- Baja relación: diecisiete (17) locales.
- Relación media: trece (13) locales.
- Alta relación: un (3) locales.

La mercadería que se ofrece se compone de camisetas deportivas, tarjetas postales, delantales de cocina, llaveros, fotografías del lugar, artesanías con la figuras de las viviendas, del tango y del fútbol, etc. No hay casi diferencia entre lo que se ofrece en los diferentes locales. En las ferias al aire libre se venden objetos de cuero (desde carteras a camperas), algunos objetos de platería, CD de tango, ropa artesanal, pinturas, y bisutería de los años 70.

Los empleados de los locales invitan, a viva voz, a pasar a las tiendas. Algunos de los locales han sido conventillos, ahora refaccionados, e incluso en dos de ellos hay exposiciones tematizadas alrededor de la corriente migratoria, donde se muestran habitaciones, muebles y objetos de la época, y animaciones, recreando a los mismos inmigrantes.

### ***Relación de establecimientos de esparcimiento y actividades culturales***

#### **Museo Quinquela Martín.**

Relación con la corriente migratoria: alta.

Nota: inaugurado en 1938. El museo ofrece un panorama del arte nacional argentino de la primera mitad del siglo XX. Hay una sala donde se exponen los mascarones de proa y maquetas de barcos. En el tercer piso se encuentra conservada la casa taller de Quinquela Martín, donde vivía el pintor. Se conservan además de objetos personales, los óleos agrupados según su temática en tres grandes series: Imágenes del Puerto, Imágenes de Fuego y Cementerio de Barcos.

#### **Fundación Proa**

Centro de Arte contemporáneo.

Relación con la corriente migratoria: alta.



Nota: espacio de arte que no posee colecciones permanentes, pero exhibe muestras de gran calidad e interés. Hay una tienda con libros de arte, videos, diapositivas y manuales, y un restaurante. Es una antigua casona reciclada que fue el antiguo puerto porteño, donde se exponen obras de arte y arquitectura contemporánea. El edificio fue reciclado respetando su estilo italianizante original y acondicionado de acuerdo a las exigencias museológicas de la actualidad.

### **Calle Museo Caminito**

Museo al aire libre de artistas plásticos de Caminito.

Relación con la corriente migratoria: alta.

Nota: es una calle de cien metros de extensión, sobre lo que fuera un antiguo desvío ferroviario. Esta calle es un ejemplo de la forma de las viviendas de principios de siglo, con calles de adoquines, murales, cerámicas y distintos adornos. Es un paseo peatonal que recrea a los antiguos conventillos pintados de colores vivos y con la ropa tendida en sus ventanas. El pasaje, sin portales ni veredas, pero sí con profusión de ventanas y balcones, está ornamentado con obras de importantes plásticos argentinos. Juan de Dios Filiberto, escribió el tango que lleva su nombre. La iniciativa de ponerle "Caminito" a la calle surgió del artista Benito Quinquela Martín.

### **Museo de Calcos y Escultura Comparada Ernesto de la Cárcova**

Relación con la corriente migratoria: media.

Inaugurado en 1928, exhibe calcos de obras representativas de la cultura sumeria hasta el Renacimiento, tanto en relieves como en esculturas de bulto. Su especial importancia radica en que la mayoría es de primera colada, es decir, que han sido obtenidos con un molde directo del original.

### **Museo Casa taller de Celia Chevalier.**

Relación con la corriente migratoria: alta.

La vivienda es de estilo clásico italiano. Constituye un reciclado de un antiguo conventillo. Por dentro es un auténtico conventillo de madera y chapa, ubicado en el patio de la casa. Se puede ver la escritura original que dice: "Se vende lote de terreno con casilla de madera", con fecha 11 de julio de 1885. Arqueólogos e historiadores afirman que la construcción es anterior a 1870, ya que es la típica vivienda que hace el genovés para su familia. El estilo de las pinturas que presenta el museo es estilo naif. Se hacen visitas guiadas; posee una Boutique de Arte, Souvenir y Salón de conferencias. En su interior se puede visitar la Galería del Recuerdo, que cuenta con testimonios de Benito Quinquela Martín y Juan de Dios Filiberto, junto con fotos y objetos antiguos que recuerdan la inmigración en el **Barrio de La Boca**.

También alberga una muestra permanente con pinturas en estilo naíf de la artista Celia Chevalier, que evocan lugares y costumbres de los años 50 basadas en un fiel relevamiento arquitectónico.

**Fotografía 71:** Fachada de un atelier en un conventillo histórico. Barrio de la Boca.



*Fotografía de la autora. Noviembre-2010.*

*Nota: obsérvese el trabajo de fileteado en la pared.*

### **Museo Histórico de Cera.**

Relación con la corriente migratoria: alta.

A principios de siglo se construyó esta casa, una de las primeras de ladrillos, en la que se asentó el Comité Socialista presidido por el Dr. Alfredo Palacios. En la actualidad alberga el museo de cera. Se presentan escenas que evocan el Sur de Buenos Aires, desde sus orígenes hasta nuestros días.

### **El Rincón de Lucia: Museo Conventillo Histórico**

Relación con la corriente migratoria: alta.

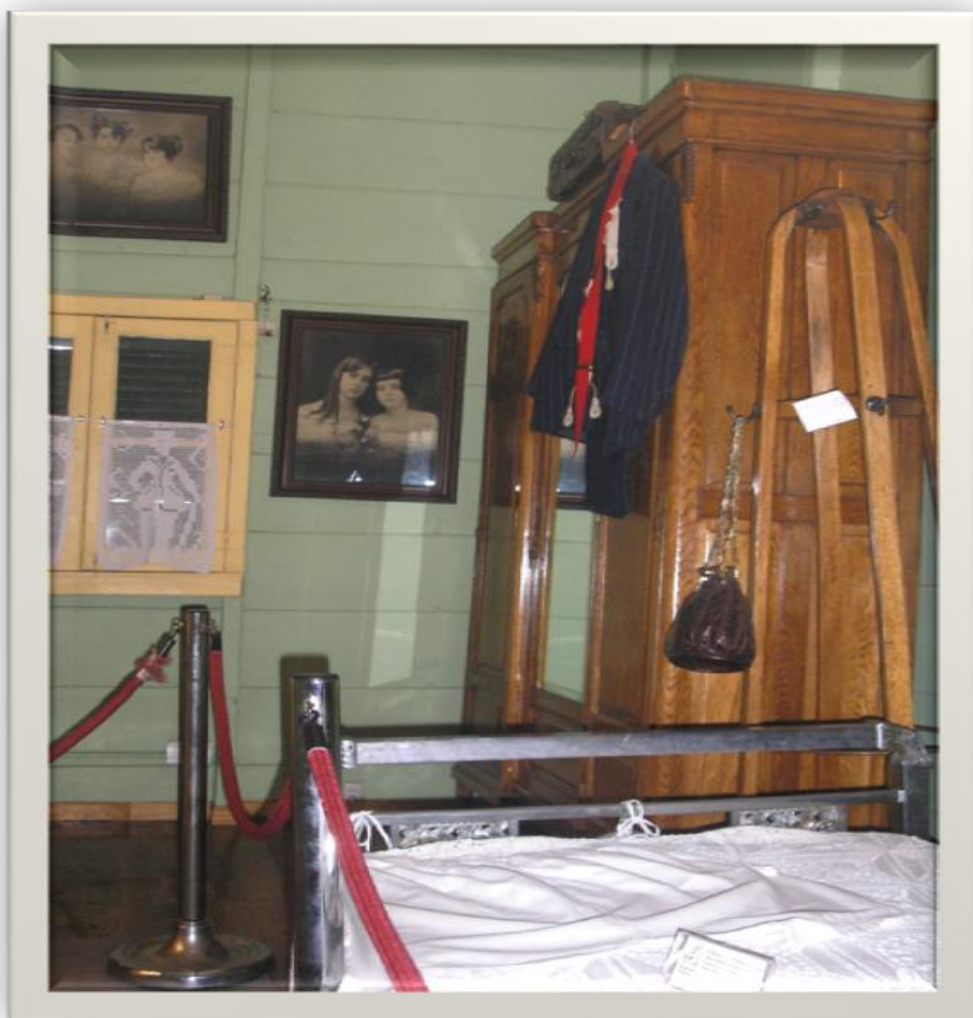
Se muestran escenas típicas de los inmigrantes, y habitaciones con el mobiliario de la época.

**Fotografía 72:** Vinculación con la corriente migratoria. Escenificación de la vida de una familia de inmigrantes italianos, en un local comercial. Barrio de La Boca.



*Fotografía de la autora. Noviembre-2010.*

**Fotografía 73:** Vinculación con la corriente migratoria. Escenificación de una habitación de inmigrantes italianos, en un local comercial. Barrio de La Boca.



*Fotografía de la autora. Noviembre-2010.*

**Fotografía 74:** Vinculación con la corriente migratoria. Escenificación de una cocina de inmigrantes italianos, en un local comercial. Barrio de La Boca.



*Fotografía de la autora. Noviembre-2010.*

**Centro Cultural de los Artistas. Conventillo Histórico.**

Relación con la corriente migratoria: alta.

Centro Cultural de los Artistas al que se accede por un “conventillo histórico” pintorescamente decorado. Aquí se ofrecen cursos de artes plásticas y afines. Además hay un escenario que puede albergar tango, y vista hacia Caminito.



**Fotografía 75:** Vinculación con la corriente migratoria. Cartel en un local comercial.  
Barrio de La Boca.



*Fotografía de la autora. Noviembre-2010.*

*Nota: obsérvese el pedido en pos de rescatar la historia.*

### **Corazón de tango: Museo Conventillo Histórico**

Relación con la corriente migratoria: alta.

### **Museo de la pasión boquense.**

Relación con la corriente migratoria: media.

Es un museo interactivo y temático de fútbol. El museo está construido debajo de una de las tribunas del estadio de La Bombonera, donde el visitante se convierte en su principal actor, y también el primer museo en incluir técnicas avanzadas de exhibición, efectos escénicos y lumínicos y espectáculos audiovisuales. Ocupa una superficie de 2.000 m<sup>2</sup>. Este incluye: cine, muestra de camisetas, maqueta del barrio, vista del estadio remodelado en 1996, paneles informativos, las copas y trofeos que obtuvieron, ordenadores con estadísticas, recuerdos de giras, espectáculo audiovisual con sus grandes jugadores, un simulador de arco donde se elige un gol para verlo y su luego escuchar su relato, pantallas que proyectan los campeonatos y los clímax del equipo desde sus orígenes hasta la actualidad. También se realiza el *estadio tour*. Tienda de *souvenirs*.

### **Tango city**

Tanguería.

Relación con la corriente migratoria: baja.

### **Caminito Tango Show**

Relación con la corriente migratoria: alta.

### **Che Tango**

Tanguería.

Relación con la corriente migratoria: baja.

El local de gran superficie, tiene capacidad para 1200 personas. Es un espectáculo de tango, con orquesta, cantantes, un cuerpo de jóvenes bailarines.

### **Peña Alma de Bohemia**

Tanguería.

Relación con la corriente migratoria: baja.

### **Museo-conventillo y galería de Arte**

Relación con la corriente migratoria: alta.

La construcción original es un conventillo de fines del siglo XIX. En 1987 se encontraba casi irrecuperable. Se refaccionó y recicló para fines culturales y turísticos. Sitio de interés cultural desde el año 2003. Texto de la Placa “....referente de la identidad barrial”

### **Bocatango**

Tanguería.

Relación con la corriente migratoria: alta.

Ofrece un programa completo de tres horas de duración, que incluye: restaurante, paseo temático. Permite recorrer el autentico barrio de conventillos, asistiendo a la representación de “El conventillo viviente”. A través de canciones y cuadros de baile, interpretados por actores caracterizados como sus típicos habitantes, la obra ofrece al visitante la historia del tango en La Boca. Café de los *vitraux*: un clásico café de la Belle Epoque, enmarcado por magníficos *vitraux*, es la antesala para acceder al gran salón del tango. Allí, cómodamente instalado en sus mesas o en sus palcos, se puede disfrutar de un shows, orquesta en vivo, cantantes y bailarines, que reviven la historia del tango en Buenos Aires. También Boca Tango ofrece un segundo paseo de compras.

**Fotografía 76:** Interior de la tangueria Boca-tango. Barrio de la Boca.



Fuente: [bocatango.com.ar](http://bocatango.com.ar)

Nota: obsérvese la reproducción de la calle caminito.

### **Teatro de la Ribera**

Relación con la corriente migratoria: baja.

El Teatro de la Ribera se halla en un edificio de líneas simples cuyo *hall* central se halla decorado por dos importantes murales de Benito Quinquela Martín. Construido en terrenos donados por Quinquela Martín, quien además participó de la creación del teatro. Se inauguró en 1971.

Quinquela Martín fue su gestor y dispuso para su funcionamiento una serie de reglas como por ejemplo, que todas aquellas personas que tuvieran inquietudes dispondrían del teatro por una semana, o la creación de un consejo organizador de teatro infantil con sus coros, orquestas, conferencias, conciertos u otras actividades con la ayuda desinteresada de artistas argentinos dispuestos a prestarla. Posee una sala con una capacidad para 700 personas y sus butacas se encuentran pintadas de diferentes colores. Pinturas de grandes dimensiones, donadas por Quinquela Martín,



cubren las paredes de la sala. En su escenario se ponen obras representativas del teatro nacional, sainetes, comedias, musicales y obras para niños. En el vestíbulo también se puede ver un antiguo piano decorado por Quinquela, quien además donó el edificio.

#### **Teatro de Catalinas Sur.**

Relación con la corriente migratoria: media

El Grupo de Teatro Catalinas Sur, es teatro barrial. Entienden al teatro que hacen como un teatro de la comunidad, para la comunidad, ya que son vecinos que trabajan para sus vecinos de todos los barrios.

#### **Teatro Verdi.**

Relación con la corriente migratoria: alta.

Una Sociedad de Socorros Mutuos de vecinos de “La Boca” fundada en el año 1878, fue el antecedente de lo que hoy conocemos por Teatro José Verdi, creado y reconocido como tal en el año de 1901. Esta Sociedad Cosmopolita Filarmónica es un lugar histórico, pues por su escenario han pasado importantes figuras del arte, de la lírica, del tango y del folclore, se han realizado filmaciones. En este teatro cantaron Enrico Caruso y Beniamino Gigli.

#### **Club Atlético Boca Juniors.**

Relación con la corriente migratoria: alta.

Se fundó en 1905. El estadio tiene capacidad para 50.000 espectadores y en su centro social y deportivo se practican otras disciplinas deportivas. Tanto en el interior como en el exterior tiene murales ya descriptos.

Tiene un museo “el museo de la Pasión Boquense” (ver antes)

El programa *La Boca Tour* cuenta con los puntos de interés más importantes del barrio: el tango, el fútbol, la comida típicamente italiana y el arte de Benito Quinquela Martín, el Estadio del club Atlético Boca Juniors y Museo de la Pasión Boquense, Caminito, Museo de Bellas Artes de La Boca Benito Quinquela Martín, y finalmente, almuerzo en un típico restaurante boquense.

El **Barrio de La Boca** contó con teatros que hoy ya no existen: el teatro Ateneo Gris, Dante Alighieri, Olimpia y Teatro Sicilia.

### **Comentarios**

La mayoría de los establecimientos de esparcimiento tiene una relación media a alta con la corriente migratoria. La distribución de estos establecimientos por cada categoría en la clasificación de su relación con la corriente migratoria, es la siguiente:

- Ninguna relación: ningún local.
- Baja relación: cuatro (4) locales.

- Relación media: tres (3) locales.
- Alta relación: trece (13) locales.

La mayoría de los sitios de esparcimiento tienen que relación con la historia de la migración, tales como el teatro Verdi, y la creación del club de fútbol Boca Juniors, o con los artistas de origen Italiano, como Benito Quinquela Martín.

### ***Comentario final***

El sector del **Barrio de La Boca** destinado a la actividad turística, es un importante centro de consumo, que se realiza en los locales de gastronomía, de esparcimiento, pero también en calle y aceras. El estímulo al consumo es permanente e intenso, desde tomarse una fotografía, hasta sentarse a la mesa de un restaurante, etc. Los mozos de los restaurantes invitan al turista a sentarse, y le comentan su oferta. Un señor ofrece al turista sacarse una Fotografía con un doble de Maradona, quien permanece sentado en la mitad de la calle a la espera de un cliente. Las vendedoras de las tiendas de *souvenirs* invitan a pasar, o exponen parte de su mercadería en las aceras. Niños entregan volantes promocionales en los lugares de comidas. Un elemento globalizante y postmoderno, es la presencia del bar La Havanna en el centro de Caminito.

En el **Barrio de La Boca** la actividad de alojamiento es mínima: solo tres establecimientos, tipo hostel, sin categorizar, y que no aparecen en los folletos, ni páginas oficiales de turismo. Muestran una alta relación con la corriente migratoria es alta, porque funcionan en edificios que se corresponden con los viejos conventillos.

Es intensa, en cambio, la actividad en el rubro de gastronomía, que en general muestra una elevada relación con la corriente inmigratoria. Algunos locales ofrecen solo cocina italiana. Algunos de los locales son edificios viejos conventillos con valor patrimonial que han sido reacondicionados para cumplir con esta nueva función. Algunos bares y restaurantes tienen show de tangos y representaciones artísticas, o exponen fotografías que recrean la vida de los inmigrantes.

La actividad comercial en la vía pública es muy intensa.

### **6.3.4 Barrio Chino**

#### ***Relación de establecimientos de gastronomía y alimentación***

##### **Todos Contentos**

Restaurante.

Especialidad: comida china.

Relación con la corriente migratoria: alta.

##### **Restaurante Su**

Restaurante. Delivery.

Especialidad: comida china.

Relación con la corriente migratoria: alta.

##### **Siempre Verde**

Restaurante.

Especialidad: comida Oriental. Vegetariano.

Relación con la corriente migratoria: alta.

##### **Dragón Porteño**

Restaurante. Delivery.

Especialidad: comida china.

Relación con la corriente migratoria: alta.

##### **Palitos**

Restaurante.

Especialidad: Comida cantoneses de Taiwán y Vietnam.

Relación con la corriente migratoria: alta.

Nota: se ingresa atravesando un puente pequeño con agua Feng Shui

##### **Hsiang Ting-Tang**

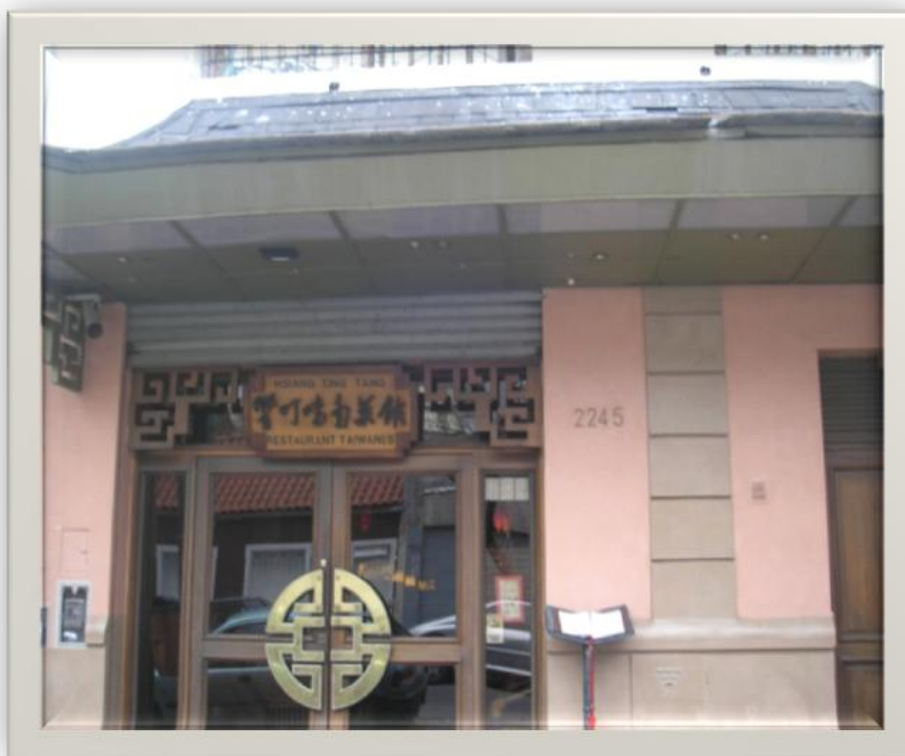
Restaurante.

Especialidad: comida china.

Relación con la corriente migratoria: alta

Nota: ambientado con boxes, desniveles y cascada.

**Fotografía 77:** Fachada del restaurante Hsiang Ting-Tang. Barrio Chino.



*Fotografía de la autora. Noviembre-2010.*

**Fotografía 78:** Interior del restaurante Hsiang Ting-Tang. Barrio Chino.



*Fotografía de la autora. Noviembre-2010.*

### **Mis Raíces**

Restaurante.

Especialidad: comida judía.

Relación con la corriente migratoria: ninguna.

### **Lai Lai**

Restaurante-Delivery.

Especialidad: comida china.

Relación con la corriente migratoria: alta.

### **Buddhaba**

Restaurante-Casa de Té-Delivery-Galería de Arte.

Especialidad: comida china, vietnamita, tailandesa y japonesa.

Relación con la corriente migratoria: alta.

Nota: posee un jardín de orquídeas.

**Fotografía 79:** Fachada del restaurante Buddhaba. Barrio Chino.



*Fotografía de la autora. Noviembre-2010.*

**Fotografía 80:** Interior del restaurante Buddhaba. Barrio Chino.



*Fuente: Buddhaba.com.ar*

**Fotografía 81:** Interior del salón de té Buddhaba. Barrio Chino.



*Fuente: Buddhaba.com.ar*



**Fotografía 82:** Jardín oriental del restaurante Buddahaba. Barrio Chino.



*Fuente: Buddahaba.com.ar*

**Pobre Luis**

Restaurante.

Especialidad: comida argentina. Parrilla.

Relación con la corriente migratoria: ninguna.

**Edificio Dashi**

Restaurante. Delivery.

Especialidad: comida china.

Relación con la corriente migratoria: alta.

**Ciudad Exquisita**

Restaurante.

Especialidad: comida china.

Relación con la corriente migratoria: alta.

**Lotus Neo Thai**

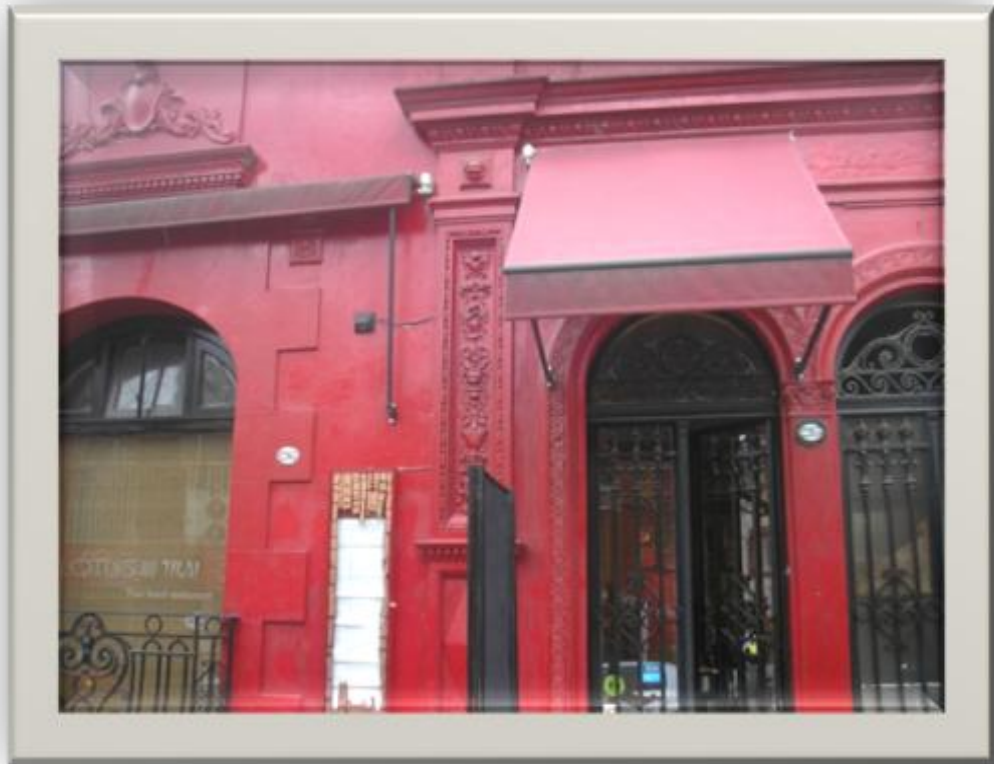
Restaurante. Delivery.

Especialidad: comida tailandesa.

Relación con la corriente migratoria: alta.

Nota: Ambientado con elementos autóctonos de Tailandia.

**Fotografía 83:** Fachada del restaurante Lotus Neo Tahi. Barrio Chino.



*Fotografía de la autora. Noviembre-2010.*

### **Restaurant Japonés**

Restaurante. Delivery.

Especialidad: comida japonesa.

Relación con la corriente migratoria: alta.

### **Ichiban**

Espacio de comida en un supermercado.

Especialidad: comida china.

Relación con la corriente migratoria: alta.

### **La Gran Muralla China**

Restaurante.

Especialidad: comida china.

Relación con la corriente migratoria: alta.



## **China Rose**

Restaurante.

Especialidad: comida china.

Relación con la corriente migratoria: alta.

Nota. Ambientación y local muy espacioso.

**Fotografía 84:** Fachada del restaurante China Rose. Barrio Chino.



*Fotografía de la autora. Noviembre-2010.*

### **Restaurante Chino**

Restaurante.

Especialidad: comida china.

Relación con la corriente migratoria: alta.

### **Asia Central**

Espacio de comida en un supermercado. Delivery.

Especialidad: comida china.

Relación con la corriente migratoria: alta.

Se sirve la comida sobre unas barras en el mismo supermercado. Principalmente sopas y arroces.

### **Restaurante Bar**

Restaurante. Delivery.

Especialidad: comida china.

Relación con la corriente migratoria: alta.

### **Chi Chi**

Restaurante.

Especialidad: comida china.

Relación con la corriente migratoria: alta

### **Hong Kong Stile**

Restaurante.

Especialidad: comida china.

Relación con la corriente migratoria: alta

## ***Relación de mercados de comidas y supermercados***

### **Chau Kok.**

Supermercado.

Relación con la corriente migratoria: alta.

Nota: productos típicos de la gastronomía china.

### **Casa China**

Mercado de comidas.

Relación con la corriente migratoria: alta

Nota: fue el primer supermercado instalado en el **Barrio Chino**. Comenzó en los ochenta como almacén. Hoy abastece a restaurantes y al público en general, alimentos naturistas entre otros productos.

### **Casa China**

Mercado de comidas.

Relación con la corriente migratoria: alta.

### **Ichiban**

Supermercado.

Relación con la corriente migratoria: alta.

Nota: Supermercado con productos de la gastronomía china; variedad de té, jugos, especias y productos orientales.

### **Sanfu**

Local de una fábrica oriental dedicada a los productos de soja.

Relación con la corriente migratoria: alta.

### **Defú**

Productos de soja.

Relación con la corriente migratoria: alta.

**Fotografía 85:** Local de venta de comidas en el exterior. Barrio Chino.



*Fotografía de la autora. Noviembre-2010.*

## Comentarios

De 23 locales destinados a la actividad gastronómica, 21 tienen alta relación con la corriente migratoria. Solo dos no la tienen: se trata del Restaurante Parrilla *Pobre Luis* cuya especialidad es la comida porteña y *Mis raíces*, cuya especialidad es la comida judía.

Los restaurantes están en su mayoría ambientados en la cultura asiática. Las fachadas, pero también algunos de los interiores, han sido ornamentadas y decoradas con tales motivos.

**Fotografía 86:** Interior del restaurante Lotus Neo Tai. Barrio Chino.



Fuente: [www.lotusneothai.com](http://www.lotusneothai.com)

**Fotografía 87:** Interior del restaurante Lotus Neo Tai. Barrio Chino.



Fuente: [www.lotusneothai.com](http://www.lotusneothai.com)

En general, los dueños de los restaurantes, así como el personal también, pertenecen a la comunidad asiática, por lo que, al escucharse hablar en idiomas asiáticos, resulta que el *ambiente oriental* excede a la simple decoración de los edificios. La cartelería y menú también están escritos en su idioma.

La especialidad que predomina es la comida china pero también hay comida japonesa, vietnamita, tailandesa. Algunos de los restaurantes tienen el servicio de envío a domicilio. Algunos otros tienen exposición de los alimentos a la calle: una modalidad de locales de comida al paso.

Hay 6 mercados de comidas y supermercados. Todos con una alta relación con la corriente migratoria. Ofrecen productos asiáticos, con etiquetas escritas en chino. Los locales son atendidos por personal asiático.



**Fotografía 88:** Mercadería en un escaparate del supermercado. Barrio Chino.



*Fotografía de la autora. Noviembre-2010.*

***Relación de establecimientos comerciales vinculados al turismo: tiendas de venta de artículos regionales, artesanías, souvenirs y regalos.***

**Primavera Vita**

Herboristería.

Relación con la corriente migratoria: alta.

Nota: es la primera herboristería china en la Argentina farmacia naturista.

**Souvenir/ regalería**

Relación con la corriente migratoria: alta.

Nota: mezcla de productos chinos con objetos como Kity, ratón Mickey, sombreros chinos, juguetes de plásticos, adornos chinos.

**Casa de Regalos y Bazar**

Relación con la corriente migratoria: alta.

**Casa de Regalos**

Relación con la corriente migratoria: alta.

### **Casa de Regalos y Bazar**

Relación con la corriente migratoria: alta.

### **Regalaría el Edén**

Relación con la corriente migratoria: alta.

### **El mundo de los regalos**

Relación con la corriente migratoria: alta.

### **Casa de Modas Yo Rou**

Relación con la corriente migratoria: alta.

### **Casa de Modas**

Relación con la corriente migratoria: alta.

### **Galería Local 2**

Relación con la corriente migratoria: alta.

Nota: se venden libros, novelas, revistas e historietas (*mangas*), en chino. Se alquilan películas y CD en chino. Las *mangas* son historietas para adultos que mezclan todos los estilos. Pueden ser de detectives, fantásticas y románticas. Casi todas son de origen taiwanés.

### **Fotografía 89:** Regalaría y bazar. Barrio Chino.



*Fotografía de la autora. Noviembre-2010.*

**Fotografía 90:** Regalaría y bazar. Barrio Chino.



*Fotografía de la autora. Noviembre-2010.*

### **Tienda de Fengshui**

Relación con la corriente migratoria: alta.

Nota: local con objetos destinados a darle armonía a la energía de una casa o negocio, según el arte feng shui, estatuillas, carteles, colgantes de monedas chinas y cajas, llamadores entre otras.

### **Regalaría Reyí**

Relación con la corriente migratoria: alta.

### **Peluquería Píalow**

Relación con la corriente migratoria: alta.

### **Peluquería Damas**

Relación con la corriente migratoria: alta.



**Fotografía 91:** Vinculación con la corriente migratoria.  
Frente de una peluquería de damas. Barrio Chino.



*Fotografía de la autora. Noviembre-2010.*

**Nota:** obsérvese la tipografía del cartel, y el origen asiático de las modelos de la fotografía.

**Fotografía 92:** Salón de peluqueria. Barrio Chino.

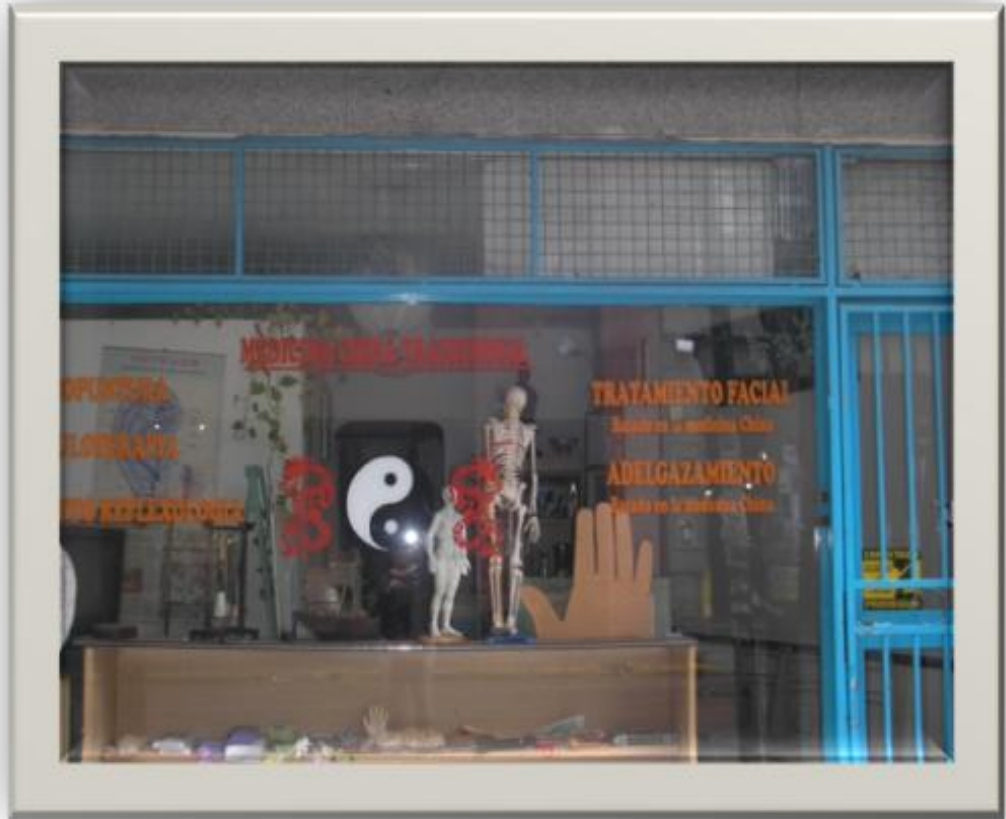


*Fotografía de la autora. Noviembre-2010.*

### **Casa de Medicina China**

Relación con la corriente migratoria: alta.

**Fotografía 93:** Casa de medicina china. Barrio Chino.



*Fotografía de la autora. Noviembre-2010.*

### **Casa de Acupuntura**

Relación con la corriente migratoria: alta.

### **Comentarios**

Todos los locales comerciales tienen relación alta con la corriente migratoria. Son atendidos por personas asiáticas. En algunas tiendas de regalos se ofrecen productos asiáticos que se confunden con personajes como Mickey y Kitty. La mayoría de los negocios son locales abiertos tipo ferias: no hay una separación clara de la acera al local. Algunos carteles están escritos solo en chino. En algunos comercios y locales sociales se ve la bandera argentina.

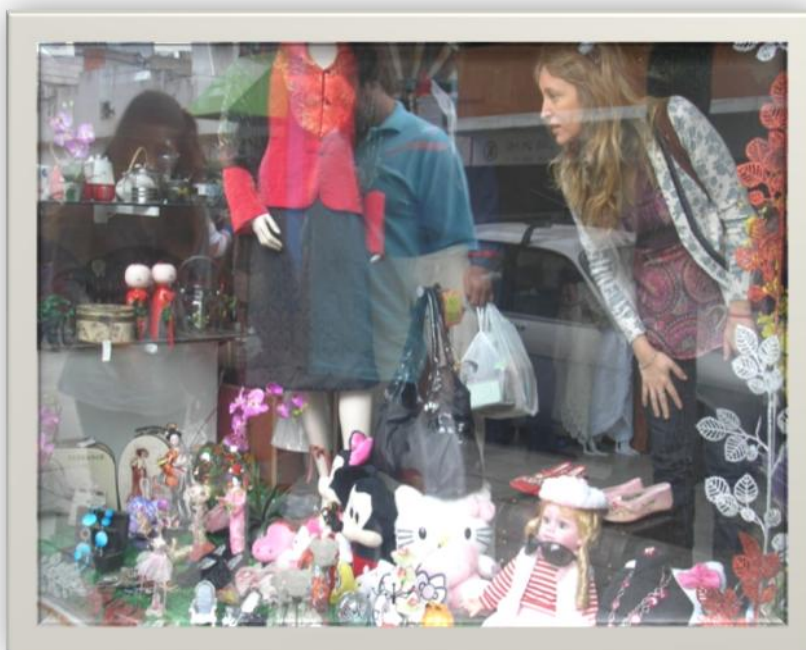
**Fotografía 94:** Comercio del Barrio Chino.



*Fotografía de la autora. Noviembre-2010.*

**Nota:** se puede observar el origen asiático del vendedor.

**Fotografía 95:** Bazar y regalería del Barrio Chino.



*Fotografía de la autora. Noviembre-2010.*

## ***Relación de establecimientos de esparcimiento y actividades culturales***

### **Budhaba**

Galería de Arte Oriental.

Relación con la corriente migratoria: alta.

Nota: Cursos y talleres de cocina china, de la preparación y servicio de té.

Exposiciones y muestra de arte.

### **Instituto Cultural de Idiomas de la Iglesia Presbiteriana Evangélica Sin-Heng**

Relación con la corriente migratoria: alta.

Nota: Instalada desde el año 1982. Se dan clases de orientación escolar.

### **Templo Budista Chong Kuan o Tchon Kuan**

Relación con la corriente migratoria: alta.

Nota: incluye una sede social y una biblioteca.

Se permiten las visitas para el público en general los viernes por la tarde y los domingos. Los días domingo se tiene acceso libre a la ceremonia. Se dictan cursos de caligrafía, kung-fu e idioma chino.

### **Asociación Cultura Chino-Argentina**

Relación con la corriente migratoria: alta.

Nota: se dictan cursos y talleres de idioma Chino Mandarín. Hay distintos programas y niveles, como programas de verano, programas de chino fácil y chino comercial. El programa de idioma chino mandarín incluye salidas a comprar en los negocios del barrio productos típicos. Los alumnos ejercitan la lengua preguntando y comprando los productos. Salida a comer en uno de los restaurantes del barrio. Se les enseña a los visitantes como usar los productos y para qué tipo de comida sirven. Además de dictarse cursos de Taichi Chua, Kung Fu para adultos y niños, origami (arte del plegado del papel), cursos de caligrafía y de realizar eventos, charlas y exposiciones culturales.

## **Comentarios**

Hay cuatro sitios en que se desarrollan actividades culturales o esparcimiento: una galería de arte oriental, el templo budista Chong Kaun, el Instituto Cultural de Idiomas de la Iglesia Presbiteriana Evangélica Sin-Heng y la Asociación Cultural Chino-Argentina.

En todas ellas la relación con la corriente migratoria es alta: la oferta va desde aprender el idioma chino, caligrafía, origami, cursos de cocina china, visitas a supermercados, a actividades físicas como el Taichi Chua y Kung Fu o presenciar una ceremonia.

## ***Síntesis***

La actividad comercial en el **Barrio Chino** es muy intensa, desarrollándose en buena medida sobre la vía pública: calles y aceras. Sin embargo, la actividad comercial no parece estar destinada al turista, sino a los integrantes de la comunidad asiática. La redacción de los carteles, los avisos de ofertas, la caligrafía, etc., parecen tener un destino al interior de la comunidad, y no hacia afuera.

Si bien el aspecto de los edificios es claramente oriental, ningún edificio es una construcción especialmente china: solo son adaptaciones de casas tradicionales del Barrio de Belgrano. Pero todos los locales son atendidos por personal que habla el idioma chino.

La relación con la corriente migratoria es alta, en particular en el caso de los locales de gastronomía, que es originaria de los países asiáticos: quienes sirven, quienes preparan, los nombres de los restaurantes, la ornamentación y la ambientación, todo es acorde al origen migratorio. En el caso de los supermercados, todos los productos son de origen asiático. Los modelos de las fotografías expuestas en las vidrieras de la peluquería y de la casa de modas, son asiáticas.

## 6.4 Sección 3: Dimensión Sociedad

### 6.4.1 Avenida de Mayo de Mayo

***Acciones para el fortalecimiento de las actividades turísticas, originada por organismos nacionales y del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires.***

Dentro de las acciones originadas por los organismos nacionales y del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, mencionamos los siguientes.

#### **Plan de manejo del Casco Histórico y su entorno**<sup>25</sup>

El Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, a través de la Dirección General Casco Histórico, tiene como objetivo la implementación del Plan de manejo del Casco Histórico y su entorno, para llevar a cabo acciones tendientes a la conservación y el reposicionamiento del sector. Considerando que es de fundamental importancia desarrollar una política que preserve los valores histórico-culturales, urbanos y arquitectónicos. El Casco histórico de la Ciudad de Buenos Aires, comprende parte del Casco fundacional, contiene la mayor parte de los edificios más antiguos de la Ciudad, acompañados por otros de importante valor patrimonial de épocas subsiguientes. El área de Casco histórico, contiene a la ***Avenida de Mayo***, con su alto valor simbólico e histórico. El plan de manejo considera que la ***Avenida de Mayo*** posee un fuerte potencial turístico y residencial, a la vez que recibe el impacto de la expansión de usos terciarios y la movilidad urbana que generan la City, Puerto Madero y el área de transferencia de Constitución.

El Plan de Manejo del Casco histórico tiene por objetivos:

- Mantener la identidad histórica y sociocultural del área impulsando acciones que refuercen la mixtura de actividades, la diversidad social y la revaloración del patrimonio construido.
- Proteger el patrimonio arquitecto no urbanístico y cultural. Evitando su deterioro o su pérdida y promoviendo su valorización material y en la conciencia de los habitantes.
- Mejorar y ampliar la disponibilidad de espacio público. Rediseñándolo y realizando inversión pública que posibilite su incremento y promueva su utilización plena.

---

<sup>25</sup> El texto que sigue, fue elaborado sobre la base del documento *on-line* "Plan de manejo del casco histórico". Dirección General del Casco Histórico. Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires.

[www.buenosaires.gov.ar/areas/cultura/casco/plandemanejo/](http://www.buenosaires.gov.ar/areas/cultura/casco/plandemanejo/)

- Posibilitar una mejor calidad de vida para sus habitantes. Afirmando la integración social y desarrollando acciones que contribuyan a mantener a la población en su propio hábitat.
- Recuperar la atracción residencial del área mejorando el equipamiento comunitario y la calidad de los espacios públicos, instrumentando operatorias que solucionen los problemas habitacionales.
- Revitalizar sus actividades y potenciar las turísticas y culturales. Optimizando las existentes y promoviendo nuevas actividades estratégicas. Valorizando los ámbitos urbanos y promoviendo actividades que las potencien en los espacios públicos y privados. Impulsando el reposicionamiento del Casco históricos San Telmo- Montserrat, tanto a nivel nacional como internacional.

Dicho plan contempla diferentes programas de actuación de diferente índole temática y grado de complejidad.

A continuación describimos y señalamos programas que tengan que ver concretamente con la **Avenida de Mayo**.

#### **Programa de mejora ambiental del espacio urbano**

Este programa plantea la actuación sobre el espacio urbano con obras y acciones que tienden a mejorar la calidad paisajística y ambiental. Se propicia una mayor continuidad peatonal, constituyendo un aporte para todos los espacios, que se puedan incorporar como suelo recreativo. Bajo este programa se encuentra el proyecto “Mejoramiento **Avenida de Mayo**”. Este proyecto se encuentra articulado con el organismo de Obras Públicas. Y ya se han construido las aceras en toda la extensión de la **Avenida de Mayo**, con baldosas blancas y negras y se han colocado bancos (asientos), de cemento.

#### **Programa de conservación y puesta en valor de edificios patrimoniales**

El objetivo que persigue este programa es el de desarrollar una política de protección y revaloración del patrimonio arquitectónico, urbanístico y cultural. Dentro de los edificios rehabilitados se encuentra en *Edificio Barolo*. Otras obras que están en proyecto en la recuperación de las fachadas de la **Avenida de Mayo** son:

- Edificio de Avenida de Mayo al 890/900.
- Edificio de Avenida de Mayo al 866/874.
- Edificio de Avenida de Mayo al 852/864.
- Edificio de Avenida de Mayo al 840/850.
- Edificio de Avenida de Mayo al 802/838.

Con el fin de incentivar la consolidación y puesta en valor el programa cuenta con:

- Asesoramiento gratuito para la recuperación de fachadas.
- Subsidios del Fondo Metropolitano de Cultura, Artes y Ciencias BA.
- Créditos del Instituto de la Vivienda.
- Relevamiento del área del Casco histórico para detectar aquellas situaciones de deterioro más preocupantes.

Bajo este programa también se encuentra el “Proyecto lumínico **Avenida de Mayo**”. Este proyecto tiene como finalidad la puesta en valor de los edificios mediante la iluminación de cúpulas, mansardas y elementos significativos, jerarquizando la imagen de la Avenida. El circuito lumínico plantea la iluminación de 24 edificios. Dentro de los objetivos generales se menciona:

- Recuperar los valores simbólicos de la Avenida de Mayo.
- Poner en valor como eje cívico de la Ciudad.
- Fortalecer las actividades culturales y turísticas.
- Recuperar la tradicional costumbre porteña de actividades en la vía pública. fomentando las de carácter nocturno.

Con la iluminación de las fachadas se busca realzar la **Avenida de Mayo**, jerarquizando edificios únicos que hacen a la memoria y que contribuiría al mismo tiempo a las condiciones de seguridad y calidad ambiental del espacio urbano.

### **Programa de promoción de las actividades**

Este programa aborda la problemática social cultural y económica de la población residente del área. Desarrolla estrategias relacionadas con los problemas de la calidad de actividad económica y el incremento del desempleo mediante programas de capacitación laboral para la generación de empleo. Busca promover la actividad cultural y la utilización intensiva de los espacios urbanos y tiene a la reconstrucción de las redes sociales. Se plantean acciones que brinden actividad en aquellos ámbitos de mayor valorización, permitiendo el uso pleno de los mismos. Bajo este programa se encuentra el proyecto “Reposicionamiento de la **Avenida de Mayo**: hoteles y vidrieras”.

Este proyecto está dirigido a aquellos hoteles con características edilicias singulares que se localizan en la **Avenida de Mayo**.



El proyecto reconoce que esos hoteles originariamente eran muy concurridos porque contaban con un excelente servicio y amplias comodidades para los requerimientos de la época, además de una privilegiada localización y que hoy muchos de ellos perdieron ese brillo y esplendor que los caracterizaba. El proyecto busca que estos hoteles se jerarquicen a través de su valoración patrimonial, adecuándose a las necesidades actuales. Esperando entonces como resultado que surja una oferta de hoteles que pondrían su acento en el patrimonio cultural. El proyecto estimula el desarrollo de actividades que garanticen un uso pleno del área histórica para evitar su degradación. Además, se considera que estos bienes culturales, con potencial atractivo turístico, pueden ser importantes generadores de rentabilidad social y económica. Este programa tiene como objetivo incentivar un uso intenso del área, tanto de edificios como de espacios urbanos, para la realización de eventos relacionados con la cultura, el arte y los oficios.

Un subprograma que se desprende de este programa es “Calle Alsina, tres siglos de historia en tres cuadras”. En este subprograma se encuentra incluido uno de los edificios (la Casa de la Cultura) de la **Avenida de Mayo**. El subprograma impulsa la revitalización del área los fines de semana a través de un paseo por la historia de la Ciudad, sus edificios y monumentos. Se organizan visitas guiadas, exposiciones, conferencias y otros espectáculos.

### **Programa de consolidación residencial**

Este programa se ocupa del fortalecimiento del valor residencial del área y del mejoramiento de las condiciones de habitabilidad de la población residente, promoviendo operatorias que canalicen la inversión pública y privada. Se parte de la hipótesis que al afianzarse el valor residencial se consolida una actividad fundamentalmente dinamizadora y revitalizadora del área. Para este programa se cuenta con créditos hipotecarios del Banco de la Ciudad de Buenos Aires y la reactivación de convenios internacionales.

La mayor parte de las actividades que se proponen en otros programas tienen como objetivos finales generar en el área las condiciones para estimular la residencialidad, garantizando actividad durante todo el día, mejorando la calidad ambiental. Con un mejor manejo de los bienes de valor patrimonial y aumentando el equipamiento.

### **Programa de equipamiento comunitario**

Este programa plantea la mejora y ampliación de la oferta de equipamiento y servicios comunitarios. Tiende a recuperar el poder de atracción residencial del sector, potenciando su identidad barrial.

### **Programa de concientización y divulgación del patrimonio**

Este programa tiene como objetivo divulgar la relevancia del patrimonio arquitectónico, urbanístico y cultural del Casco histórico de la Ciudad y destaca la importancia de su valoración y su cuidado, incentivando la participación y el compromiso. Dentro de este programa se encuentra los siguientes proyectos:

- Proyecto de señalización de edificios patrimoniales y calles del Casco histórico.
- Banco de datos y página web.
- Publicación del plan de manejo del casco histórico.
- Guía histórico-cultural.

### **Proyectos de la Secretaría de Cultura del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires**

#### **Proyecto: Hotel Castelar**

Este proyecto de vinculación directa con la corriente migratoria, tuvo lugar en el hotel Castelar. Se trata de la ambientación de la habitación donde se alojó el poeta Federico García Lorca en el año 1933. El proyecto es una tematización, donde se recrea la década del treinta (se presentó en la dimensión consumo).

#### **Proyecto: Buenos Aires Celebra**

Este proyecto es impulsado por la Secretaría de Cultura del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires<sup>26</sup>, y participan la Dirección General de Relaciones Institucionales y la Dirección General de Relaciones Internacionales y Protocolo, con el apoyo del Ministerio de Cultura. La finalidad es la de acompañar a las colectividades residentes en la ciudad en los festejos de sus días nacionales.

Se promueve el desfile y muestra artística de cada colectividad en la vía pública. En el año 2009 ya se han realizado los festejos de siguientes colectividades: griega, israelí, judía, boliviana, chilena, china, española, lituana, eslovena, escocesa, japonesa y rusa. Se realizan desfile, danzas, coros, muestra de arte y gastronomía.

---

<sup>26</sup> Secretaria de Cultura. Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires. [www.buenosaires.gov.ar/areas/cultura/](http://www.buenosaires.gov.ar/areas/cultura/)

### Actividades: Fiesta de la Hispanidad

La fiesta de la Hispanidad ha sido declarada bien del patrimonio cultural por el Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires. Se ha establecido esta fiesta mediante la resolución N° 46.276 del Honorable Concejo Deliberante.

El Poder Ejecutivo, dispondrá su realización los días 12 de octubre de cada año en la **Avenida de Mayo**, invitando a la Asociación de Amigos de Mayo a ornamentar las fachadas de los edificios y casas con flores, pasacalles y banderas alusivas. Se designará una comisión, la que estará integrada por funcionarios del Poder Ejecutivo, de la Legislatura, y miembros de la Asociación. Se otorgará un premio, invitándose a tal efecto al señor Embajador de España en calidad de padrino del evento.<sup>27</sup>

**Fotografía 96:** Colectividad española en la fiesta *Buenos Aires Celebra*. Avenida de Mayo.



Fuente: <http://www.flickr.com/photos/buenosairesprensa/5618682093/in/set-72157626496530840>

<sup>27</sup> Área legislación técnica. Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires. [www.buenosaires.gov.ar/areas/leg-tecnica/](http://www.buenosaires.gov.ar/areas/leg-tecnica/)

**Fotografía 97:** Puestos en la fiesta *Buenos Aires Celebra*. Avenida de Mayo.



Fuente: <http://www.flickr.com/photos/buenosairesprensa/5618682093/in/set-72157626496530840>

### **Programa de revitalización y puesta en valor de la Avenida de Mayo**

Este programa corresponde al Ministerio de Cultura y el Ente de Turismo de la Ciudad de Buenos Aires. Dentro del marco de este programa se desarrollaron en el año 2008 y 2009 una serie de actividades culturales y artísticas. Una de ellas se denomina. “la Gran Vía de Mayo”. Tiene como objetivo general jerarquizar y diversificar la oferta turística y cultural de la **Avenida de Mayo**. Entre los objetivos específicos se destacan:

- Establecer la sinergia entre turismo y cultural. atenuar la estacionalidad de la **Avenida de Mayo** durante los fines de semana.
- Ampliar la propuesta de la **Avenida de Mayo** a través de la revitalización de productos turísticos en desarrollo.
- Celebrar la memoria y herencia española en Buenos Aires.
- Poner en valor el producto tanto en la Avenida.
- Dar a conocer la propuesta y el valor de los bares notables característicos del lugar.

*“Nos proponemos establecer una sinergia entre turismo y cultura, ampliar la propuesta de la Avenida de Mayo de Mayo a través de la revitalización de productos turísticos en desarrollo, celebrar la memoria y herencia españolas en Buenos Aires, difundir el valor de los bares notables y el producto tango en la avenida”, dijo Hernán Lombardi, Ministro de Cultura y Presidente del Ente de Turismo de Buenos Aires. La idea/ de un patrimonio vivido, usado, puesto al alcance de la gente, como único antídoto contra el olvido y la decadencia, llevo al ministro Lombardi a proponer a librerías, dueños de bares y otros vecinos, que mantengan las puertas abiertas los fines de semana, para evitar el éxodo y el vacío fuera de los horarios laborales”.<sup>28</sup>*

Dentro de la programación, los espectáculos y actividades que tenían relación con la colectividad española son:

- Circuitos guiados, basados en dos ejes temáticos: la **Avenida de Mayo**, como memoria hispana, reducto de la colectividad española y testimonio de la Argentina de principios de siglo: la **Avenida de Mayo** como evocación del poeta Federico García Lorca, que se alojó en el Hotel Castelar.
- Espectáculos al aire libre para niños: Inmigrantes, aquellos hombres de Buena Voluntad.
- Ciclos musicales de música celta, flamenco y gallegas.
- Espectáculos teatrales como “el amor de Don Perlimplim”, de Federico García Lorca.
- Ciclos de danzas representativas de diferentes regiones españolas.
- Gala de zarzuela.
- Exposición As nosas palabras, as nosos mundos.
- Visita Guiada. Impronta francesa y memoria española. Incluyendo el Hotel Castelar.
- Festival de gastronomía gallega.

Todas estas actividades son dirigidas a los residentes y turistas y desarrolladas en la misma **Avenida de Mayo** como así también en Bares Notables y otros edificios representativos de la zona. Entre los participantes se encuentran la Asociación de Patrocinadores del Turismo, la Hotelería y la Gastronomía de la República Argentina, Cámara de Casas y Shows de Tango, la Asociación de Hoteles, Restaurante, Confiterías y Cafés, la Cámara de Cafés y Bares, la Cámara de Restaurantes, la Asociación Amigos de la **Avenida de Mayo**, la Unión de trabajadores hoteleros y gastronómicos de la República Argentina, la Asociación de Milongas, la Academia

---

<sup>28</sup> Diario La Nación, Buenos Aires, 08 de abril del 2008.

Nacional del Tango, los 36 billares, Bar Iberia, la Clac, London City, el Hotel Castelar, el Café Tortoni, el Teatro **Avenida de Mayo** y las librerías el Ventanal y el Túnel.

Asimismo las diversas Asociaciones ligadas a la hispanidad, participan con grupos de música y danzas:

- Centro Galicia.
- Federación de Sociedades Española.
- Federación Castellana Leonesa.
- Federación Unión de Asociaciones Gallegas de la República Argentina.
- Centro Asturiano de Buenos Aires.
- Centro Balear de Buenos Aires.
- Centro Región Leonesa de Buenos Aires.
- Centro Archipiélago Canario de Buenos Aires.
- Club Español de Buenos Aires.
- ABC del Partido de Corcubion.
- Casal de Catalunya.
- Asociación Parroquial de Vedra.
- Unión de Partido Judicial de Órdenes.
- Asociación Hijos de Zas.

Por último, otra de las acciones es la promoción que realiza a nivel nacional e internacional, el Ente de Turismo de la Ciudad de Buenos.

### ***Acciones para el fortalecimiento de las actividades turísticas, en la que participan colectividad migratoria y el país de origen de la corriente migratoria***

Dentro de las acciones en las que participan activamente la colectividad se encuentran el Programa de la Gran Vía que se menciona más arriba.

Dentro de las acciones originadas por el país de origen se encuentra:

#### **El programa de revitalización de la Avenida de Mayo P.R.A.M.**

Este programa fue producto del tratado general de cooperación y amistad entre los Gobiernos de España y Argentina.

En este proyecto participaron el Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, la Agencia Española de Cooperación Internacional (A. E. C. I.) y la comisión nacional del quinto centenario de España. Este programa comenzó en el año 1991. El objetivo era recuperar la memoria histórica de la Ciudad y su patrimonio.

Se desarrolló por tres años, ante el incumplimiento de parte de los compromisos de la municipalidad de Buenos Aires. También se suspenden por cambio de gestión.

## **Proyectos conjuntos del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires y de la Junta de Andalucía**

La Junta de Andalucía con el apoyo técnico de la municipalidad de Buenos Aires, ha editado obras de relevancia en el terreno del patrimonio urbano. Se encuentra en preparación la guía de la ***Avenida de Mayo***.

### ***Acciones para el fortalecimiento de las actividades turísticas, originadas por las Asociaciones de Vecinos, Ongs, etc.***

Dentro de estas acciones se encuentran el ya mencionado Programa la Gran Vía.

### **Carrera de Mozos y Camareras**

Esta actividad es organizada por la Asociación Patrocinadora del Turismo, la Gastronomía y la Hotelería de la República Argentina. Esta carrera se realiza desde el año 2005. Se trata de una fiesta de los empleados gastronómicos. Se ha convertido en un evento compartido con vecinos y turistas, participan mozos de la mayoría de los establecimientos de la ciudad. Los mozos y camareras realizan una carrera portando sus bandejas. En los últimos años la carrera de mozos se convirtió en uno de los acontecimientos más importantes del sector gastronómico y debido al número de participantes y público se ha convertido en uno de los más significativos eventos realizados en la vía pública de la Ciudad de Buenos Aires.

### **Actividad: Vía Crucis de la Ciudad de Buenos Aires.**

Es organizado por la Asociación Amigos de la ***Avenida de Mayo*** con la colaboración del arzobispado de Buenos Aires y la adhesión de la Asociación de Patrocinadora del Turismo, la Hotelería y la Gastronomía de la República Argentina. Los feligreses marchan en toda la extensión de la ***Avenida de Mayo***. La Asociación de Amigos de la ***Avenida de Mayo***, es una Asociación con personería jurídica y se presentan como una entidad representativa de la comunidad porteña. Tiene una página en la web donde promociona la Avenida de Mayo.

### **La Avenida de Mayo de Mayo como un espacio social**

La ***Avenida de Mayo*** de Mayo ha tenido siempre relación con los grandes actos fiestas y celebraciones. Se han realizado las fiestas mayas en ocasión de las celebraciones de la revolución de mayo, la fiesta del centenario (25 de mayo de 1910), con la ***Avenida de Mayo*** abanderada y los comercios luciendo vidrieras preparadas para la ocasión. Dentro de lo cívico también cabe destacar que ha sido el paso elegido



de los presidentes electos para dirigirse del Congreso a la Casa Rosada y saludar a los Ciudadanos que se reúnen a lo largo de la Avenida.

Por la **Avenida de Mayo** han desfilado militares y civiles en los días de fiestas patrias. También coros, murgas, y comparsas, y marchas de protesta y manifestaciones laborales y políticas.

**Fotografía 98:** La Avenida de Mayo, como espacio de expresión social. Marcha y movilización de protesta. Avenida de Mayo.



Fuente: [www.clarin.com/diario/2008/03/25](http://www.clarin.com/diario/2008/03/25)

En el año 2001 fue escenario de la gran manifestación con disturbios, producida por la implantación del llamado “corralito” financiero y bancario, y posteriormente, la declaración del Estado de Sitio, por el Gobierno Nacional.



### **6.4.2 Barrio de La Boca**

#### ***Acciones para el fortalecimiento de las actividades turísticas, originada por organismo nacionales y del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires.***

Dentro de las acciones originadas por los organismos nacionales y del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, mencionamos los siguientes:

#### **Programa de Recuperación Urbanística y Ambiental del Barrio de La Boca (PRUA La Boca)**<sup>29</sup>

Interviene en la Unidad ejecutora PRUA La Boca: la subsecretaría de Planeamiento. Ministerio de Planeamiento y Obras públicas. Dirección general de Acciones en la Vía Pública. Ministerio de Espacio Público, Ministerio de Hacienda, Gerencia de Programas de vivienda, Instituto de Vivienda de la Ciudad, Dirección General del Centro de Gestión y Participación Comunal N°4, el Consejo Consultivo Comunal. Y en carácter de invitados intervienen: la Coordinación General, la Unidad Ejecutora de Obras y Proyectos para la Promoción Turística del **Barrio de La Boca**, Subsecretaría de Turismo, Ministerio de Producción, la Secretaría de Política y Gestión Ambiental, Ministerio de Medio Ambiente.

Este es un programa dependiente de la Dirección General de Proyectos Urbanos y Arquitectura de la Ciudad de Buenos Aires. Tiene como objetivos generales:

- Desarrollar un proceso de renovación y consolidación urbana.
- Promocionar la sustentabilidad y sostenibilidad del hábitat.
- Favorece el proceso de integración social y el mejoramiento socioeconómico de la población residente.
- Fomentar la radicación de población revirtiendo el proceso de despoblamiento.
- Consolidar la recuperación urbanística y el mejoramiento ambiental.
- Integrar, mejorar, expandir y actualizar la tecnología de los servicios.
- Recuperar el patrimonio, el paisaje y los entornos con valor histórico, cultural y simbólico.

---

<sup>29</sup> Para la redacción de este texto, se empleó el documento *en line* "Programa de Recuperación Urbanística y Ambiental del Barrio de La Boca". Unidad Ejecutora La Boca. Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires. [www.gob.ar/planeamiento\\_obras/unidad\\_laboca/](http://www.gob.ar/planeamiento_obras/unidad_laboca/)

El programa se subdivide en cuatro subprogramas:

- De acciones sobre el tejido urbano.
- De acciones sobre el espacio público.
- De acciones sobre los servicios, la infraestructura y el medioambiente.
- De acciones de integración social, comunicación y participación.

Los objetivos específicos del subprograma de acciones sobre el tejido urbano son:

- Calificar el espacio privado.
- Consolidar el tejido urbano.
- Mejorar la calidad habitacional.
- Recuperar y proteger el patrimonio edilicio y urbano del barrio.
- Promover la radicación de actividades productivas económicas.
- Fomentar un desarrollo inmobiliario como motor de desarrollo urbano.
- Promover la radicación de equipamiento gubernamental.

Los objetivos específicos del subprograma de sobre el espacio público son:

- Calificar el espacio público respetando y fortaleciendo la identidad barrial.
- Recuperar, ampliar y calificar las aéreas verdes públicas y patios deportivos.
- Consolidar y ampliar las aéreas y circuitos turísticos.
- Consolidar, definir y restaurar centralidades potenciando las peculiaridades paisajísticas.
- Optimizar la conectividad.

Los objetivos específicos del subprograma de acciones sobre los servicios, la infraestructura y el medioambiente son:

- Mejorar la calidad ambiental y de servicios públicos en aire, agua y suelo.
- Ampliar la infraestructura a la previsión de densificación poblacional, a las tecnologías contemporáneas y a las particulares condiciones medioambientales del barrio.
- Promover el desarrollo de equipamiento de escala barrial y urbana.
- Articular con la Unidad de Gestión (UE), de la cuenca Matanza-Riachuelo.

Los objetivos específicos del subprograma de acciones de integración social, comunicación y participación, son:

- Articular la ejecución de distintos programas sociales y proyectos oficiales.
- Optimizar el alcance de los mismos en beneficio de su población objeto, predominantemente en empleo, cultura, educación, producción, vivienda y salud.
- Incorporar y mejorar nuevos servicios culturales, artísticos y de turismo.

- Establecer un flujo comunicativo permanente entre la Unidad de Gestión (UE), el equipo técnico, los vecinos del barrio, sus organizaciones representativas, las diversas oficinas públicas y la población en general
- Generar un formato de marketing institucional.
- Fortalecer la participación.

Dentro de los objetivos con vinculación directa con la actividad turística se encuentran:

- Recuperar el patrimonio, el paisaje y los entornos con valor histórico, cultural y simbólico.
- Consolidar y ampliar las aéreas y circuitos turísticos.
- Incorporar y mejorar nuevos servicios culturales, artísticos y de turismo.

Dentro de las actividades que ya se están realizando se encuentran:

- Recalificación comercial y residencial Calles Olavarría, La Madrid y Suarez.
- Recuperación del espacio público ribereño.
- Aéreas turísticas y entorno caminito.
- Entorno Plaza Solís.
- Recalificación comercial y residencial calle almirante Brown y nudo vial.

### **Programas de la Dirección de Patrimonio del Gobierno de la Ciudad de Buenos**

#### **Aires**

La Dirección de Patrimonio del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, implementó en el **Barrio de La Boca** diferentes acciones con el fin de proteger los recursos patrimoniales de la Ciudad. Bajo la idea que también el recurso cultural pueda convertirse en una estrategia económica, social y turística. Es así que se han llevado diferentes programas. Todos los programas muestran una relación entre cultura y turismo.

Programa Estudio Abierto. Se trata de un programa para realizar visitas a los estudio de artista. Se mostraron videos, fotografías, pinturas y espectáculos de teatro. Estas actividades se realizaron en las calles cercanas a la calle Caminito.

Programa Paleta de Colores: este programa se implementó para mejorar los, edificios, sectores o conjuntos de valor patrimonial, en la Calle Magallanes y Dr. Del Valle Iberlucia.

Programa de Restauración de Murales: a través de este programa se implemento un registro de murales. En él se señala la ubicación, cantidad, pertenencia, autoría, tipología y grado de conservación. Este programa permite asesorar a los propietarios para su conservación y restauración en caso de ser requerido. Así también el registro permite realizar circuitos turísticos específicos y difundirlos.

### **La Corporación Buenos Aires Sur: programas para el Barrio de La Boca**

La Corporación Buenos Aires Sur<sup>30</sup>, fue creada por la Legislatura de la Ciudad de Buenos Aires en el año 2000. La misión es la de promover el desarrollo humano y económico equilibrado del sur e impedir y compensar desigualdades zonales dentro del territorio de la Ciudad. Plantea en su programa de acciones que el sur de la Ciudad es inmensamente rico en patrimonio e identidad cultural, pero con condiciones de vida que poco se parecen al resto de la Ciudad. En relación directa con el **Barrio de La Boca**, la Corporación intenta impulsar un proyecto de ampliación del circuito cultural-turístico. El barrio es caracterizado como un lugar de producción y de intercambio fluvial. Su particularidad y su potencial espacial para un distrito recreativo, cultural y museístico, pone al barrio como uno de los circuitos turísticos más atractivos de la Ciudad. Plantean fomentar construcción de viviendas de alta y media densidad, preservar los edificios existentes con valor patrimonial, renovar viviendas degradadas de carácter popular, disponer un sistema de espacios públicos para la participación del hábitat barrial en las diferentes actividades del sector (circuito turístico, mercado artesanal, exposiciones artísticas, etc.) y acondicionar el espacio urbano para dichas actividades.

El objetivo es desarrollar un circuito turístico cultural, gastronómico y patrimonial que se concentra en la zona de Caminito. Se plantea crear una franja ribereña común emplazada en los distritos de zonificación industrial, que se extiende hasta Barraca Peña, subdividiendo las manzanas donde están ubicados hoy los galpones, para la inclusión de comercios gastronómicos, recreativos de equipamiento cultural, como así también de oficinas.

Otro de los proyectos que tiene relación con el turismo es la reactivación del tren-tranvía como tren turístico, con un recorrido desde caminito hasta la estación Barraca Peña. Hoy esta área está vacía y sin actividad.

---

<sup>30</sup> Corporación Buenos Aires Sur: [www.cbas.gov.ar/](http://www.cbas.gov.ar/).

### **Acontecimientos programados**

Festival del Color Benito Quinquela Martín. Se trata de un acontecimiento artístico. Tiene carácter de fiestas popular anual y su ámbito de realización es la Vuelta de Rocha y sus adyacencias. El objetivo del festival es promover y divulgar las actividades artísticas y artesanales en sus diversas especialidades, géneros y manifestaciones, en la zona sur de la Ciudad, mediante la expresión y venta al publicación de sus obras y la organización de la “Feria Cultural de La Boca”; promueve el concurso de artes plásticas, manchas y tapices”.

La “Feria Cultural de La Boca” es considerada “de interés turístico” y se permite la venta de material Gráfico y literario que esté vinculado directamente con la zona sur de la Ciudad de Buenos Aires.

El Ente de Turismo de Buenos Aires realiza promoción turística del **Barrio de La Boca** a nivel nacional e internacional.

### ***Acciones para el fortalecimiento de las actividades turísticas, originadas por las Asociaciones de Vecinos, Ongs, etc.***

Hay acciones de fortaleciendo de las actividades turísticas, realizadas por las siguientes Asociaciones:

### **Red de Turismo Sostenible de La Boca y Barracas**

La Red de Turismo Sostenible de La Boca y Barracas<sup>31</sup>, está integrada por organizaciones sociales, comerciales, micro-emprendedores, artistas y promotores culturales de los barrios del sur de la ciudad. El objetivo es ofrecer una propuesta turística distinta al turista y al visitante. Esta red surge a instancias del Proyecto Turismo Sostenible en La Boca promovido por el Istituto Cooperazione Economica Internazionale (ICEI). Tiene como objetivo general:

- Promover la mejora de la calidad de vida de los habitantes de los barrios de La Boca y Barracas con prácticas de turismo sostenible

Y como objetivos específicos:

- Contribuir a la generación, desarrollo y fortalecimiento de una oferta de saberes, productos y servicios turísticos sostenibles.
- Consolidar a los barrios de La Boca y Barracas como destinos reconocidos también por los turistas responsables.
- Promover la oferta de servicios turísticos de los miembros de la red.

---

<sup>31</sup> Red de Turismo Sostenible de La Boca y Barracas: [www.redbocabarracas.org.ar](http://www.redbocabarracas.org.ar)

- Promover la colaboración y el intercambio de experiencias entre los miembros de la red.
- Articular iniciativas y promover acciones con los sectores públicos y privados tendientes a la mejora de infraestructura y servicios.

La propuesta de la red es la de dar a conocer el lugar donde viven y la forma de mostrar cómo hacen las cosas, dejando atrás las ofertas turísticas convencionales.

### **Asociación de vecinos del Barrio de La Boca**

La Asociación de vecinos de La Boca<sup>32</sup> es una organización apartidaria con personería jurídica. Los trabajos que realizan están dirigidos a la seguridad, salud, educación, urbanismo y la mejora de calidad de vida del barrio. El principal objetivo es que el **Barrio de La Boca** recupere la identidad, pujanza, cultura, protagonismo como los lugares históricos de la Ciudad. Entre sus objetivos específicos se espera:

- Recuperar el viejo puente transbordador para el desarrollo turístico. Hacer de él un mirador y activar un paseo iluminado y seguro para los turistas y visitantes.

Desde esta Asociación se ha logrado:

- Reparación de veredas.
- Cortes de raíces y desramado
- Reposición de luminarias.
- Corrección de cordones y calzadas.
- Plantaciones de robles.
- Reposición de reductores de velocidad y semáforos.
- Mejoramiento de la situación de seguridad del barrio particionado en comisiones a tal efecto.
- Limpieza de desagües, entre otros.

### **Movimiento Vecinal para el Resurgimiento de La Boca del Riachuelo**

El Movimiento vecinal para el Resurgimiento de La Boca del Riachuelo<sup>33</sup>, es la unión de distintas asociaciones y entidades de vecinos del **Barrio de La Boca**, que manteniendo sus distintos orígenes e identidades han confluído en un proyecto en común como es la recuperación urbanística del barrio a través de la planificación consensuada.

Son objetivos del Movimiento Vecinal:

---

<sup>32</sup> Asociación de Vecinos del Barrio de La Boca: [www.avelaboca.org.ar](http://www.avelaboca.org.ar)

<sup>33</sup> Movimiento Vecinal para el Resurgimiento de La Boca del Riachuelo:  
[www.resurgimientodelaboca.unlugar.com](http://www.resurgimientodelaboca.unlugar.com)

- Incrementar los espacios verdes.
- Reclamar el cumplimiento de disposiciones para efectivizar el saneamiento integral del riachuelo.
- Incorporar a La Boca al casco histórico de la Ciudad a efectos de preservar el patrimonio cultural del barrio.
- Abordar los problemas de infraestructura del barrio.

### **Comisión de vecinos de la Calle Irala y Adyacencias**

Comisión de Vecinos de la Calle Irala y Adyacencias<sup>34</sup>, se forma a mediados del año 1999 a raíz de la preocupación que ocasionaba entre los vecinos de la calle Irala al 100 del **Barrio de La Boca**, el problema generado por el tránsito pesado. Al principio la comisión se llamó vecinos de la calle Irala porque la mayoría de sus integrantes vivían sobre la calle Irala al 100, luego a medida que se integraban vecinos de los alrededores se le agregó el término y adyacencias. El objetivo principal es mejorar la calidad de vida de los habitantes de la Ciudad de Buenos Aires promoviendo planes y proyectos.

Entre los proyectos se encuentra la creación del parque de flora nativa Benito Quinquela Martín, en la calle Irala, entre Pi y Margall, Aristóbulo del Valle y Estación del Ferrocarril Roca.

### ***Acciones para el fortalecimiento de las actividades turísticas, en la que participan colectividad migratoria y el país de origen de la corriente migratoria***

Dentro de las acciones en las que participan activamente la colectividad se encuentran el programa:

### **Proyecto de Turismo Urbano Sostenible (ICEI)**

El Proyecto de Turismo Urbano Sostenible es un proyecto de cooperación internacional desarrollado por el Istituto Cooperazione Internazionale (ICEI), co-financiado por el Ministerio de Asuntos Exteriores de Italia (MAE) y Corporación Buenos Aires Sur del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires. La misión del proyecto es “contribuir al desarrollo económico, socio-urbano y cultural de los barrios de La Boca y Barrancas a través de la consolidación de una oferta turística sostenible

---

<sup>34</sup> Comisión de Vecinos de la Calle Irala y Adyacencias: [www.vecinosdeirala.freesevers.com](http://www.vecinosdeirala.freesevers.com)

Tiene como objetivos:

- Reforzar el sector económico y productivo del turismo en la Ciudad de Buenos Aires.
- Mejorar las condiciones de vida de la población local de La Boca y Barracas a través del apoyo al desarrollo del turismo urbano sostenible.

Dentro de las líneas de acción se proponen:

- La valoración patrimonial y cultural.
- La capacitación en turismo sostenible.
- La sensibilización e incidencia sobre la temática.
- La promoción de actividades turísticas territoriales bajo la órbita de economía social.

### **Actividades comunitarias y festividades que se realizan en este barrio vinculado simbólicamente con sus orígenes migratorios y de interés turístico**

En el **Barrio de La Boca** se llevan a cabo una serie de celebraciones religiosas que detallamos a continuación<sup>35</sup>.

#### **Nuestra Señora de los Mártires Navegantes**

Celebración de la colectividad italiana, de carácter público, institucional y/o privada. Se realiza todos los años los 24 de octubre desde el año 1954. Es organizada por la parroquia San Juan Evangelista y la Unión Mofettesa Argentina (UMA) Se trata de una celebración religiosa católica en devoción de esta santa protectora de los navegantes y marineros. Convoca particularmente a los vecinos de larga data pertenecientes a la colectividad italiana, muchos de los cuales han participado de la historia vinculada al riachuelo, los barcos, y un entorno dominado por los conventillos. En la actualidad, se suman inmigrantes y descendientes de inmigrantes paraguayos que residente en el barrio ya desde algunos años.

La celebración consiste en una misa organizada en la Iglesia San Juan Evangelista, seguida de una procesión y embarque de la imagen de la virgen a orillas del Riachuelo, en La Boca. La procesión regresa al punto de partida luego de recorrer espacios emblemáticos para el barrio y los fieles, el monumento de la madre del marinero tales como el transbordador Avellaneda, la sede de la Unión Molfettesa Argentina (UMA) y el cuartel de los Bomberos Voluntarios de La Boca. Durante el trayecto, la banda de Santa Cecilia acompaña y anima la celebración.

---

<sup>35</sup> **Fuente:** *Fiestas, celebraciones, conmemoraciones y rituales*. Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires. [www.buenosaires.gov.ar/areas/cultura/cpphc/fcyr/](http://www.buenosaires.gov.ar/areas/cultura/cpphc/fcyr/)



Se cantan canciones italianas, por momentos se arrojan papelitos, banderitas y globos con los colores de las banderas argentina, italiana y del vaticano. También hay rezos e invocaciones a la virgen de los mártires navegantes a lo largo de la procesión.

### **Santa Lucia de Siracusa**

Se trata de una celebración de la colectividad italiana en la que se homenajea la figura de Santa Lucia, patrona de Siracusa. Se realiza todos los 9 de mayo, desde el año 1950. Es de carácter público, institucional no gubernamental. Convoca principalmente a la comunidad italiana. Es organizada por la Iglesia San Juan Evangelista y el círculo católico de Santa Lucia Siracusana. Esta celebración combina aspectos locales, nacionales e italianos a través de apelaciones a estas distintas tradiciones socioculturales. La celebración comienza con una misa, grupos de fieles portando imágenes de santos y santas recorren espacios y monumentos significativos, como el transbordador Avellaneda a orillas del riachuelo. Varios bomberos voluntarios se unen al festejo, mientras el público lanza flores a la imagen a modo de ofrenda. Se cantan canciones en italiano, por momentos se arrojan papelitos, banderitas y globos con los colores de las banderas argentina, italiana y del vaticano. Además hay rezos e invocaciones a santa lucia de Siracusa a lo largo de la procesión.

De acuerdo a las expresiones vertidas al final de la procesión la celebración es de carácter:

- Local: en varios momentos de la procesión se hace referencia a La Boca, como epicentro de la celebración por ejemplo: *“nosotros tus hijos de La Boca te pedimos que nos ayudes...por nuestro barrio....”*,
- Nacional: hacia el final en el mismo pedido se incluye *“nuestra patria”* y se canta el himno nacional, gritando *“viva la patria, nuestra patria Argentina, viva La Boca”*.
- Internacional: luego de cantar el himno argentino se canta el italiano y se grita *“viva Italia”*.

### **Procesión San Nicolás Peregrino**

La celebración se desarrolla desde la iglesia San Juan Evangelista a la Capilla Nuestra Señora de la Esperanza. Es una celebración que se realiza todos los 2 de junio de cada año. La celebración se realiza en la localidad de Trían, Bari (Italia) ciudad de la que San Nicolás Pelegrino es patrono y lugar de origen de la celebración. En el **Barrio de La Boca** durante la procesión se hace referencia a los vecinos del barrio pidiendo bendición por ellos. Se pone de manifiesto en la celebración el origen italiano.

La celebración comienza con una misa en la parroquia San Juan Evangelista tras la cual se da inicio a la procesión que luego de recorrer algunas calles del barrio, culmina en la capilla Nuestra Señora de la Esperanza. Mientras la procesión avanza, el sacerdote los invita a los niños a sumarse señalando que habrá golosinas para ellos. Frente a la capilla se procede a la bendición de los niños y se reparten golosinas para ellos. A continuación se entona el himno argentino y el italiano acompañados de la Banda de Santa Cecilia y se ingresa la imagen mientras se saluda con pañuelos. Más tarde los participantes se quedan en el lugar compartiendo choripan, tartas, tortas, tomando café, mate, etc. Hay espectáculos en espacios cerrados, donde se representan a los inmigrantes, escenas de la vida cotidiana de la época, etc. (fue descripto en la dimensión consumo).

### 6.4.3 Barrio Chino

#### ***Acciones para el fortalecimiento de las actividades turísticas, originadas por organismos nacionales y del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires.***

El Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires ha auspiciado y colaborado en las celebraciones del Año Nuevo Chino, y la fiesta en ocasión de los Juegos Olímpicos de Beijing 2008.

La Legislatura de la Ciudad de Buenos Aires aprobó la ley 2606/08, por la que se acepta la donación del arco de entrada al **Barrio Chino**, realizada por la “Asociación Unificación Pacífica China en Argentina”, e indica su emplazamiento. Dice en su Artículo 4: *Aceptar la donación de una arcada al Gobierno de la Ciudad autónoma de Buenos Aires efectuada por la entidad “Asociación Unificación Pacífica China en Argentina”, como demostración de amistad y colaboración entre los pueblos chino y argentino. La misma será emplazada en la calle Arribeños, entre Juramento y Mendoza.* El Jefe de Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires recibió la donación, con la presencia del Vicepresidente de la Asamblea Popular de China, Zhoue Tienong. En ese encuentro, el Jefe de Gobierno de la Ciudad declaró Huésped de Honor al visitante, a la vez que señaló... *hay mucho afecto y mucho interés recíproco por profundizar la relación a través de la cultura, el turismo y el flujo comercial y vamos a trabajar en esa dirección, porque estamos seguros de que el vínculo con China tiene enorme potencialidad y que puede generar un intercambio muy provechoso para mejorar la calidad de vida de nuestros pueblos.*<sup>36</sup>

#### **Mención en la promoción turística de la Ciudad**

A partir de 2008, el Ente de Turismo de Buenos Aires ha comenzado a mencionar y señalar “el **Barrio Chino**”, como uno de los lugares a visitar dentro de los atractivos del Barrio de Belgrano. Se trata de la promoción en papel como así también desde la página web oficial del Gobierno.

---

<sup>36</sup> **Fuente:** Relaciones Internacionales. Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires. Publicación del 8 de julio de 2009.

### **Apertura de planteras en el Barrio Chino**

Desde la Dirección de Gestión Urbanística del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires con la colaboración y participación de la Comuna N° 13, se efectuó la apertura de planteras en el **Barrio Chino**. Este proyecto está enmarcado en la recuperación de los espacios verdes y arbolados de la comuna.

### ***Acciones para el fortalecimiento de las actividades turísticas, en las que participan la colectividad inmigratoria y su país de origen***

Dentro de las acciones en las que participan activamente la colectividad se encuentra la donación del Arco de Ingreso al **Barrio Chino** que se mencionó antes.

### **Proyecto de ley con fines turísticos<sup>37</sup>**

Se trata de un proyecto de ley, con fines turísticos, para aclarar y establecer la denominación del **“Barrio Chino”**, que expresa en su parte resolutive:

*Artículo 1°.-denomínase, a los fines turísticos y promocionales, “Barrio Chino” al perímetro comprendido entre la Avenida Juramento, la calle Arribeños, la Avenida Monroe y la calle Montañeses, sin modificar la nomenclatura urbana.*

La presentación del Proyecto, expresa en sus fundamentos:

*Señor Presidente: es por todos conocido que la zona aledaña a la estación Belgrano C, más precisamente la delimitada por la Avenida Juramento, la Calle Arribeños, la Avenida Monroe y la Avenida del Libertador se denomina usualmente como “CHINA TOWN” o “BARRIO CHINO”, debido a la radicación desde hace décadas de numerosos ciudadanos que, con esfuerzo y tesón, se han establecido, viviendo y desarrollando en forma permanente sus actividades. En distintas ciudades del mundo, y debido a las grandes corrientes migratorias, se han establecidos barrios o zonas denominadas del mismo modo “CHINA TOWN” que son la mayoría de los casos motivo de atracción turística, tenemos como ejemplo a las Ciudades de Nueva York, San Francisco, Singapur y Toronto entre otras. En la actualidad, dicho barrio se ha convertido en visita obligada de los viajeros y representa sin duda un destino pintoresco de la Ciudad que en la actualidad es difundido en varios medios como integrante del circuito turístico de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. En dicho ámbito se encuentran templos religiosos de la colectividad, centros culturales, establecimientos gastronómicos y comercios de venta de artículos, productos y servicios tradicionales de China. Que su valor como barrio con características típicas y la interacción e integración social que en ella se dan son otros dos atributos que justifican la necesidad de actualizar su denominación. De tal*

---

<sup>37</sup> Ferrero, Claudio, y Godoy Marcelo. Autores del proyecto de ley N° 2005-00402, año 2005.

*manera, como forma de convalidar lo que los usos y costumbres Ciudadanos han dado en llamar “**Barrio Chino**”, brindando homenaje y reconocimiento a ese pueblo que se destaca por su laboriosidad, empeño y milenaria tradición, como forma de fortalecer el intercambio cultural, científico, económico, tecnológico y sobre todo humano, es que solicitamos la pronta aprobación del presente proyecto.*

### **Acciones para el fortalecimiento de las actividades turísticas, originadas por las Asociaciones de Vecinos, Ongs, etc.**

Dentro de estas acciones se encuentra la incorporación del Arco de Ingreso al **Barrio Chino**, mencionado más arriba.

### **Asociación vecinal de Arribeños**

Entre las acciones se encuentra el proyecto de ley que se menciona más arriba.

La Asociación vecinal de Arribeños fue fundada para forjar el Barrio Oriental, llamado con el fin de congrega sin diferencias a todas las comunidades, taiwanesas, chinas, japonesas, coreanas, tailandesas y vietnamitas. Los dos grupos que iniciaron la Asociación taiwanesa e inmigrantes chinos continentales convocaron a representantes japoneses, coreanos, tailandeses, y vietnamitas para unirlos en la propuesta, que apuntaba a mejorar la iluminación, la higiene, la seguridad del barrio. Delimitar el barrio con una entrada incorporando una arcada y poniendo nombre propio “Barrio Oriental”. La idea de los arcos de entrada y no de salida porque se espera que el sector comercial se extienda más allá de las dos cuerdas”.

De estas propuestas, se han llevado a cabo la peatonalización de la calle Arribeños los días sábados, domingos y feriados, la vigilancia policial en las horas en las cuales circulan los visitantes y turistas.

### **La Asociación del Barrio Chino**

Esta Asociación<sup>38</sup> tiene su sede en el mismo **Barrio Chino**, en la calle Mendoza. Fue creada en el año 1972. Depende de esta asociación la Asociación de Jóvenes Chinos libres de Argentina y la sede Cheng-Hwa. Esta Asociación organiza los festejos para el día de Año Nuevo en colaboración con los comerciantes, empresarios y vecinos de la zona. Tiene como objetivo fomentar el desarrollo del barrio a través de las diferentes acciones entre ellas realizar festividades culturales tradicionales y establecerlo como un atractivo turístico para la Ciudad de Buenos Aires

---

<sup>38</sup> Asociación Chino-Argentina. [www.chino-argentina.org.ar](http://www.chino-argentina.org.ar)

La asociación dicta cursos de idioma mandarín, eventos, charlas y exposición de cultura China, servicio de traducción e interpretación y actividades físicas, entre otras. También brinda apoyo a las escuelas de los niños recién llegados de China.

***Actividades comunitarias y festividades que se realizan en el Barrio Chino, vinculadas simbólicamente con sus orígenes migratorios y de interés turístico.***

#### **Celebración de la Fiesta de Año Nuevo**<sup>39</sup>

El Año Nuevo Chino es la fiestas más importante para el pueblo Chino, también es conocido como la fiesta de la primavera. El día del Año Nuevo se festeja en el **Barrio Chino** desde los años 90. En los últimos años se ha difundido y actualmente con convoca mucho público entre ellos vecinos y turistas. De los festejos participan representantes de la República de Taiwán en Argentina (habitualmente, el Embajador). La celebración tiene como objetivo despedir el Año Nuevo que se va y celebrar la llegada del Año Nuevo, realizando una serie de rituales como la danza del Dragón y la danza del León. En la danza del Dragón, este es transportado por 21 personas de distintas edades y de ambos sexos. El Dragón avanza danzando con movimientos ondulatorios. A su lado algunas personas llevan grandes tambores y otros platillos que hacen sonar. El Dragón debe entrar en todos los comercios que tengan colgado un sobre rojo en la puerta. El sobre contiene dinero a modo de ofrenda por los comerciantes que desean que el Dragón purifique el lugar con su danza. Mientras dura este ritual se tira cohetes y bombas de estruendo.

El ritual del León danzante se realiza a continuación del la danza del Dragón. Se trata de un grupo de personas más pequeño, en la que un joven toca el gong, otro el tambor, dos están cubiertos con un traje de León, otro lleva una máscara que representa a Buda. El León al igual que el Dragón se detiene y danza frente a los comercios.

---

<sup>39</sup> **Fuente:** Fiestas, celebraciones, conmemoraciones y rituales. G. C B. A.  
[www.buenosaires.gov.ar/areas/cultura/cpphc/fcyr/](http://www.buenosaires.gov.ar/areas/cultura/cpphc/fcyr/)

**Fotografía 99:** El Dragón en la celebración del Año Nuevo. Barrio Chino.



*Fuente: [www.mibelgrano.com.ar/barriochino.htm](http://www.mibelgrano.com.ar/barriochino.htm)*

A la hora de las celebraciones en el interior de la Asociación China se realizan demostración de música tradicional. Durante las celebraciones funcionan ferias con productos Chinos. Los puestos de objetos chinos ofrecen: campanitas, monedas, masajeadores, abanicos, sahumerios, dragones y leones de cerámica, madera y vidrio, sahumerios, figuras de elefantes, tortugas y sapos, lámparas de papel, pakwa (objeto de madera plano y de forma octogonal que tiene un espejo en una de las caras para colgar en la puerta como elemento protector), kimonos, señaladores con figuras China, flores de loto talladas en vidrio, entre otros. Algunos puestos venden mascararas, revistas, libros, CD, y algunas prendas de vestir.

Otros puestos ofrecen información sobre alguna actividad en particular o aspecto específico de la cultura China. Por ejemplo la caligrafía china: las personas que se acercan dan su nombre, y un señor chino lo trascibe.

### **Comienzo de los Juegos Olímpicos**

En el **Barrio Chino** se festejo el comienzo de los juegos olímpicos de Beijing del año 2008. Se inició la fiesta simultáneamente con la apertura en la República Popular China. La fiesta duró dos días. La calle Arribeños se convirtió en peatonal. El inicio de la fiesta la realizo el embajador de la República Popular China junto a representantes de la

asociación **Barrio Chino**. La realización del evento contó con la colaboración del Gobierno de la Ciudad, especialmente del Ente de Turismo de Buenos Aires y la Dirección de Relaciones Internacionales y cooperación de la Legislatura de la Ciudad de Buenos Aires.

**Fotografía 100:** Fiesta por los Juegos Olímpicos de Beijing. Barrio Chino.



Fuente: [www.mibelgrano.com.ar/barriochino.htm](http://www.mibelgrano.com.ar/barriochino.htm)

Otras actividades vinculadas al origen migratorio son:

- Cursos mencionados más arriba realizados por la Asociación China-Argentina
- Cursos de actividades físicas y espirituales ofrecidas por la Iglesia Presbiteriana.
- Cursos de gastronomía bonsái ofrecidos por la Galería de Arte Oriental Buddhaba.



## 6.5 Estudio comparativo de los tres sectores urbanos estudiados

Los tres sectores están ubicados en diferentes localizaciones de la Ciudad de Buenos Aires: el **Barrio Chino** en el noroeste, la **Avenida de Mayo** en el centro, y el **Barrio de La Boca** en el sur. Si bien se emplea el nombre de “barrio”, ni el área de función turística de La Boca ni el “Barrio” Chino son, administrativamente, catastralmente, barrios de la Ciudad, sino solo sectores, aunque con una fuerte identidad. Por supuesto, la **Avenida de Mayo** tampoco lo es.

### Límites

Los límites de estos tres sectores con la ciudad que los rodea, son diferentes. La más clara delimitación se da en el **Barrio Chino**, con relación al resto del Barrio de Belgrano, puesto que tiene una entrada marcada arquitectónicamente por el gran Arco Chino, sobre la calle Arribeños que indica definitivamente que se ingresa a otro espacio. Una vez allí, las calles discurren por un espacio cuyo ambiente tiene claras connotaciones asiáticas, expresadas en los nombres y los carteles de los comercios, su ornamentación, los colores predominantes, la etnia de las personas que transitan y de los vendedores, etc. Si bien no hay una tan nítida delimitación, en el **Barrio de La Boca**, el límite es también muy claro, y está dado por las particularidades de la edificación, pintada de colores fuertes y contrastantes, mucha ornamentación, las calles peatonales, el ambiente festivo, etc. Todo esto establece clara diferencia de este sector con el resto del mismo barrio, que se encuentra degradado, gris, abúlico. Por su parte, la **Avenida de Mayo** está completamente integrada al resto del Barrio de Montserrat, tanto en su edificación, cuanto en su ambiente y su función urbana. Se entra y se sale de la Avenida, se la atraviesa o se camina por ella, sin que cambie el paisaje ni el ritmo urbano.

### Función Urbana

En la **Avenida de Mayo**, hay una combinación, sin predominio de una sobre otra, de las funciones comercial, administrativa, cultural, residencial y turística. Ninguna es exclusiva. En el sector estudiado del **Barrio de La Boca**, la función urbana predominante es la turística, y la comercial vinculada con el turismo, con algo de función cultural y residencial. Pero prevalece la función turística, que en algunos lugares del sector, es exclusiva. En el **Barrio Chino** la función urbana predominante es la comercial, y en menor medida residencial, cultural y turística.

### **Edificación**

Los tres sitios estudiados tienen un tipo de edificación distinto. En la Avenida, la edificación es en altura, con varios estilos, entre ellos neoclásico, eclécticos y *art nouveau*, siendo algunos edificios exponentes típicos de su estilo, por lo que constituyen atractivos turísticos. El estado de conservación de los edificios es desigual: en algunos casos bueno, en otros deteriorado o abandonado. En el **Barrio de La Boca**, la edificación es de arquitectura popular: casas y conventillos. La mayoría han sido reacondicionados, y adaptados a las actividades turísticas: conventillos convertidos en paseos, museos, tiendas de *souvenirs* y ateliers. Las fachadas pintadas, restauradas, muy coloridas, predominando los colores verde, amarillo, rojo, celeste, naranja, azul etc., con figuras en relieve, murales, estatuas, balcones. El estado de conservación en general es bueno, y en algunos casos, muy bueno. Algunos edificios se encuentran en buen estado y reacondicionados en la parte baja (lo que corresponde al comercio), mientras que en la parte superior su estado es precario y abandonado. Suele observarse un contraste marcado entre dos edificios linderos. En el **Barrio Chino**, los edificios son en su mayoría casas bajas y edificios de baja altura, propios de la clase media del tradicional Barrio de Belgrano. Todos ornamentados con motivos y colores de la cultura oriental, algunas de las fachadas han sido más trabajadas que otras. El estado de la edificación es bueno. Algunas paredes están escritas y les falta pintura.

### **Atractivos turísticos**

El **Barrio de La Boca** cuenta con 17, y la **Avenida de Mayo** con 16, atractivos turísticos reconocidos, y publicados por el Ente de Turismo de Buenos Aires. En el **Barrio Chino** no hay *un* atractivo reconocido, sino que el conjunto del barrio es *el* atractivo, que se extiende a lo largo de 2 cuadras de la calle Arribeños, dos cuadras de la calle Mendoza y un local en la calle Montañeses al 2000.

### **Alojamiento**

En el **Barrio Chino** no hay servicios de alojamiento. El **Barrio de La Boca** tiene solo tres hostales, sin categorizar, que no figuran en los folletos, ni páginas oficiales de turismo de la Ciudad de Buenos Aires. Su relación con la corriente migratoria es alta: son o han sido conventillos, y están ambientados de época. Solo uno de los hostales se encuentra ubicado en la zona turística. La **Avenida de Mayo** cuenta con 24 establecimientos hoteleros, en general de baja categoría (solo uno es cuatro estrellas), que conservan el estilo arquitectónico de sus fachadas, aunque algunos han sufrido transformaciones. Solo el Hotel Castelar es de categoría alta, y perdura su alta relación con la corriente migratoria.

Estos establecimientos conservan cierta relación con la corriente migratoria por sus nombres, su historia, su arquitectura, y porque son de propiedad de descendientes españoles, o son atendidos por ellos.

### **Alimentación**

El **Barrio de La Boca** cuenta con 61 establecimientos gastronómicos, que, en conjunto, tiene una elevada relación con la corriente inmigratoria. Casi todos incluyen comida italiana, como especialidad o como parte de su oferta. Hay 3 Bares Notables y una pizzería que tiene valor patrimonial. Algunos de los locales son edificios viejos conventillos con valor patrimonial que han sido reacondicionados para cumplir con esta nueva función. Algunos bares y restaurantes ofrecen *shows* de tango y representaciones artísticas, o muestras fotográficas vinculadas a la vida de los inmigrantes. Por otra parte algunos de ellos son propiedad de los herederos de las familias de inmigrantes. La mayoría de los restaurantes colocan las mesas y sillas afuera de los locales con grandes carteles, empleados que ofrecen la carta y parejas de tango que bailan, lo que da un aire festivo al lugar.

Si bien muchos de los tradicionales bares de estilo español de la **Avenida de Mayo**, cuya especialidad era el chocolate con churros, han desaparecido, algunos persisten, y conservan en su historia y su arquitectura parte del atractivo que tuvieron en sus inicios. Algunos de ellos son hoy cafés y Bares Notables, que conviven al lado de exponentes de la globalización, como el Café Havanna y un Pub Irlandés. La oferta de gastronomía es variada, pero en algunos lugares se ofrece una carta casi exclusivamente española, como en los restaurantes Plaza Asturias, Plaza España, Ávila y el Imparcial. En estos restaurantes no solo la comida es la especialidad español, también lo es la ambientación, incluso se exhibe la bandera española. Pero es baja, en general, la vinculación de los bares y restaurantes con el origen migratoria.

En el **Barrio Chino**, de 23 restaurantes, 21 tienen una muy alta relación con la corriente migratoria. La carta que ofrecen es originaria de los países asiáticos, lo mismo que quienes sirven y preparan las comidas. También lo son los nombres de los restaurantes, que tienen ornamentación y ambientación acorde al origen. Hay 6 mercados de comidas y supermercados, en los que la relación con la corriente migratoria es muy alta. Ofrecen productos asiáticos, con etiquetas escritas en chino. Los locales son atendidos por personal asiático.

### Souvenirs

Las tiendas de Souvenirs del **Barrio de La Boca** son 36, y su relación con la corriente inmigratoria, en general, baja a media. Solo tres de ellas tienen la relación total. En la **Avenida de Mayo**, 5 sitios dedicados a la venta de artículos regionales (Argentina), y artesanías y otros 8 comercios de artículos de cuero y plata. No hay ninguna relación con la corriente migratoria. En el **Barrio Chino**, se encuentran 16 locales de venta de souvenirs y regalaría. Todos tienen una relación muy alta con la corriente migratoria.

### Equipamiento urbano y servicios

La Avenida de Mayo tiene bancos (5), cajeros automáticos (3) y agencias de viajes (5). Dos de los bancos tienen relación con la corriente migratoria. Es recorrida por una línea de subterráneos, varias líneas de autobuses no solo la recorren sino que tiene paradas de autobuses, y por el bus turístico. El **Barrio de La Boca** tiene una Defensoría del Turista. Llegan varias líneas de autobuses, hay aparcamiento para transporte turístico y taxis. Es parada del bus turístico. El **Barrio Chino** tiene una estación de ferrocarril y llegan al sector varias líneas de autobuses.

### Esparcimiento

El **Barrio de La Boca** tiene 22 sitios destinados a esparcimiento en general con una relación alta con la corriente migratoria. La **Avenida de Mayo** tiene 10 sitios dedicados a esparcimiento, actividades callejeras programadas por el Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, y oferta de espectáculos en los establecimientos gastronómicos, todo con alta relación con la corriente migratoria: música, folklore, danza, y gastronomía de España. Tanto el **Barrio de La Boca** como la **Avenida de Mayo** tienen un teatro que desde sus orígenes el teatro Verdi y el teatro avenida, dedicado uno a la zarzuela y el otro a opera.

### Calles y aceras

La **Avenida de Mayo** tiene la acera de pavimento común a la ciudad y con la señalización general de la ciudad. Es una gran vía con alto tránsito. En el **Barrio de La Boca**, algunas de las calles conservan el adoquinado original. El resto de las calles tiene asfalto común. En el **Barrio Chino**, las calles tienen pavimento común al resto del Barrio de Belgrano y a la ciudad. La señalización general de la ciudad. Las calles Arribeños y Mendoza son peatonales los días sábado, domingo y año nuevo chino.

### Cartelería

En la **Avenida de Mayo**, la cartelera del nombre y altura de las calles corresponde a los de la ciudad. En relación a la cartelería turística, se observa solo un panel informativo del edificio Casa de la Cultura (ex sede del diario La Prensa), que pertenece al Ente de Turismo de Buenos Aires.

En el **Barrio de La Boca** la cartelería de las calles corresponde a los generales de la ciudad. Los carteles de comercios turísticos, museos, *atelieres*, restaurantes, y bares, son de diseño heterogéneo, pero la mayoría tienen en común el tipo de iconografía que es el filete porteño. En el **Barrio Chino**, los carteles del nombre y altura de las calle, son los normales de la ciudad. Los carteles de los comercios turísticos, supermercados, restaurantes, bares son heterogéneos, puesto que cada negocio ha aplicado diferente diseño. Sin embargo mantienen en común que la mayoría están escritos en chino y castellano.

### **Alumbrado público**

La **Avenida de Mayo** tiene dos tipos de alumbrado, uno general y otro turístico. El alumbrado general está compuesto por las farolas que posee toda la ciudad. Algunos establecimientos hoteleros y gastronómicos tienen faroles. Se observa cantidad de cables aéreos. En el **Barrio de La Boca** hay un alumbrado turístico, que también marca el límite del área de función turística. En el **Barrio Chino**, el alumbrado es de tipo general. Algunos establecimientos comerciales tienen iluminación diferenciada.

### **Mobiliario urbano**

La **Avenida de Mayo** cuenta con bancos de cemento, que se incorporaron recientemente, pensados para los turistas. Hay algunas papeleras, buzones del correo, y cabinas telefónicas. En el **Barrio de La Boca**, hay bancos en la calle Pedro de Mendoza, en la vuelta de Rocha, y en Caminito. Son homogéneos, de madera, pintados en color azul. Hay papeleras. Hay 30 murales en todo el área, muchos de los cuales tienen alta relación con la corriente migratoria. Hay fuentes, estatuas, bustos, banderas, toldos. En el **Barrio Chino**, hay un solo banco, y es de un supermercado. Hay un solo monumento, el Arco Chino, que tiene alta relación con la corriente migratoria.

### **Transporte y accesibilidad**

La **Avenida de Mayo** es atravesada por calles cada 100 metros, y por la gran avenida 9 de julio. No es una calle peatonal, excepto en ocasiones especiales como fiestas y manifestaciones. Pueden aparcar automóviles y taxis como en el resto de la ciudad. Tiene 5 estaciones de subterráneo de la Línea A, y 11 líneas de autobuses tienen parada sobre la avenida.

El bus turístico de la Ciudad de Buenos Aires incluye en su recorrido la **Avenida de Mayo**. Los autobuses de las agencias de turismo receptivo transitan también la Avenida. El tipo de desplazamientos que pueden realizar los turistas y visitantes son sin itinerarios, en espacio abierto y cerrado. El tipo de circuitos es libre. De todas formas hay servicios de guiado que se contratan en agencias receptoras. Visitas esporádicas y programadas suele realizar el Ente de Turismo de Buenos Aires. Algunas de ellas han tenido relación con la corriente migratoria. Los turistas y visitantes se pueden desplazar

en vehículos particulares, turísticos o simplemente caminando. En el **Barrio de La Boca**, el acceso al área turística se realiza por la Avenida Almirante Brown y la calle Benito Pérez Galdós, vías de tránsito vehicular intenso. Llegan autobuses turísticos privados, el bus turístico *open tour*. Hay paradas de taxis y remixes, y de varias líneas de autobuses de la ciudad. Los turistas y visitantes se desplazan caminando por calles y veredas. En el **Barrio Chino** hay servicios ferroviarios de transporte público, paradas de taxis, remixes, autobuses y autos particulares, en todas las calles. Los desplazamientos de turistas y visitantes son libres, sin itinerarios.

### **Ambiente**

El ambiente de la **Avenida de Mayo** es abúlico: una calle del centro de una gran ciudad durante el día, con multitud de personas que realizan gestiones administrativas o comerciales, etc. Por la noche, es un lugar poco frecuentado, oscuro, en el que residentes y turistas concurren a locales de gastronomía y al teatro, compartiendo el espacio con los llamados “cartoneros”, que han hecho su aparición luego de la crisis del 2001. Tanto de día como de noche la presencia de turistas y visitantes pasa desapercibida.

En el **Barrio de La Boca**, la ambientación es propia de una escena, y de carácter festivo. La ocupación de la vía pública por parte de turistas en las calles del Valle Iberlucea y Magallanes, es plena. En menor medida la calle Pedro de Mendoza (Vuelta de Obligado). Las aceras son como una prolongación de las tiendas de *souvenir*, de los restaurantes y bares que las ocupan con mesas, sillas, tarimas para bailar, carteles, toldos, etc. Hay ferias al aire libre, espectáculos en la vía pública (parejas bailando tango, cantores, estatuas vivientes, artistas callejeros, una murga, etc.). El Barrio está ornamentado con figuras en los frentes de los locales, en las terrazas, en las aceras, en las paredes. Hay la cartelería sobrecargada, murales, banderas, que hacen aun más colorista la escenografía, personajes de cera (sobre la acera afuera en los comercios), etc. La presencia del filete porteño, tiene también una marcada connotación con la corriente inmigratoria italiana.

Los carteles de los restaurantes y bares proponen comidas italianas, muchos de los nombres de los mismos locales, incluso banderas italianas. Todo el sector turístico, se encuentra limpio y con presencia policial.

En el **Barrio Chino** el ambiente es de actividad eminentemente comercial, al típico ritmo rápido, pero reconcentrado: la gente, de aspecto oriental, compra, vende, ofrece, se comunica en su idioma, se desplaza caminando rápidamente, como ensimismada en sus obligaciones. Los elementos decorativos en las fachadas son muy alusivos a la corriente migratoria, tales como farolitos, dragones, la cartelería. El aspecto no es pulcro. Hay desorden, acarreo de mercadería, poca higiene. Si bien hay presencia de visitantes, mayoritariamente las personas que circulan son del lugar, y son de origen asiático. Solo hay una oferta de espectáculos en la vía pública el día del inicio del año chino.

### **Acciones para el fortalecimiento de las actividades turísticas, originada por organismos nacionales y del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires**

En la **Avenida de Mayo** hay acciones del Plan de Manejo del sector del Casco Histórico y su entorno, tales como

- Programa de Conservación y Puesta en Valor de Edificios Patrimoniales.
- Proyecto Circuito Lumínico **Avenida de Mayo**.
- Proyecto: Reposicionamiento de la **Avenida de Mayo**: Hoteles y Vidrieras.

Además, hay actividades de:

- La *Comisión de protección y promoción de los cafés, bares, billares y confiterías notables de la Ciudad de Buenos Aires*.
- Proyecto: Buenos Aires Celebra.
- Programa de Revitalización y Puesta en Valor de la **Avenida de Mayo**.

El Ente de Turismo de Buenos Aires realiza promoción turística de la **Avenida de Mayo**, mencionándola como un recorrido dentro del área centro o del barrio de Montserrat, en folletos en papel y en la página web.

En el **Barrio de La Boca**, el Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires lleva a cabo los siguientes programas;

- Programa de recuperación urbanística y ambiental del **Barrio de La Boca**.
- Plan de Gestión Ambiental y Manejo de la Cuenca Hídrica Matanza-Riachuelo (CEMR)
- Programas de la dirección de Patrimonio del GCBA.
  - Programa Estudio Abierto: para visitar los estudios de artistas.
  - Programa Paleta de Colores: para pintar viviendas de la Calle Magallanes y Iberlucea.
  - Programa de Restauración de Murales.

Se realiza anualmente el Festival del Color "Benito Quinquela Martín".

- Promoción turística: el Ente de Turismo de Buenos Aires realiza promoción turística del **Barrio de La Boca** en folletos en papel, en la página web, y en eventos en el exterior. Emplea la calle Caminito como una de las imágenes de la ciudad.

En el **Barrio Chino**, el Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires ha auspiciado y colaborado en las celebraciones de la fiesta de los Juegos Olímpicos y de Año Nuevo Chino.

La Legislatura de la Ciudad de Buenos Aires donde aprobó la ley 2.606 la Aceptación del Arco de entrada al **Barrio Chino**, efectuada por la entidad "Asociación Unificación Pacífica China en Argentina", como demostración de amistad y colaboración entre los pueblos chino y argentino.

Promoción turística: en la página web del Ente de Turismo de Buenos Aires, se menciona al **Barrio Chino** como un sitio a visitar dentro del circuito del Barrio de Belgrano.

**Acciones para el fortalecimiento de las actividades turísticas, originadas por las asociaciones de vecinos, Ongs, etc.**

En la **Avenida de Mayo**, se realizan las actividades de la Gran Vía, en las que, además del Gobierno de la Ciudad, participan el sector privado y las organizaciones de la zona (representadas por la Cámara de Casas y Shows de Tango; la Asociación de Patrocinadores del Turismo, la Hotelería y la Gastronomía de la República Argentina; la Asociación de Hoteles, Restaurantes, Confiterías y Cafés; la Cámara de Cafés y Bares; la Cámara de Restaurantes; la Asociación Amigos de la **Avenida de Mayo**, y la Unión de Trabajadores Hoteleros y Gastronómicos de la República Argentina). Se organiza la Carrera de Mozos y Camareras, evento anual. La Asociación Amigos de la **Avenida de Mayo**, con la colaboración del Arzobispado de Buenos Aires y la adhesión de la Asociación de Patrocinadores del Turismo, la Hotelería y la Gastronomía de la República Argentina, organizan el *Vía crucis de la Ciudad de Buenos Aires*.

El **Barrio de La Boca** cuenta con la Red de Turismo Sostenible de La Boca y Barracas, que es un grupo integrado por miembros de organizaciones sociales, comerciantes, artistas, micro-emprendedores y promotores culturales de los barrios del sur de la ciudad. Tienen como objetivo ofrecer una propuesta turística distinta. La Asociación de Vecinos de La Boca es una organización apartidaria con personería jurídica, adherida a otras redes sociales, que tiene por principal objetivo que el **Barrio de La Boca** recupere su identidad, pujanza, cultura, y protagonismo.

El Movimiento Vecinal para el Resurgimiento de La Boca del Riachuelo es la unión de distintas asociaciones y entidades de vecinos de La Boca, que manteniendo



sus distintos orígenes e identidades han confluído en un proyecto en común como es la recuperación urbanística del barrio a través de la planificación consensuada. La Comisión de Vecinos de la Calle Irala y Adyacencias, tiene por objetivo principal mejorar la calidad de vida de los habitantes de la Ciudad de Buenos Aires promoviendo planes y proyectos, en principio del barrio, integrando a más vecinos y promoviendo la participación activa.

La Asociación del **Barrio Chino**, fomenta el desarrollo del barrio a través de la diferentes acciones entre ellas realizar festividades culturales tradicionales y busca establecer el barrio como una atractivo turístico para la Ciudad de Buenos Aires. La Asociación Cultura China Argentina, dicta cursos de idioma chino mandarín, eventos, charlas y exposiciones de cultura china, servicio de traducción e interpretación.

#### **Acciones para el fortalecimiento de las actividades turísticas, originada por el país de origen de la corriente inmigratoria**

En la **Avenida de Mayo**, se desarrolló el Programa de Revitalización de la **Avenida de Mayo** (PRAM), producto del Tratado General de Cooperación y Amistad entre los gobiernos de España y Argentina. En este proyecto participaron el Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, la *Agencia Española de Cooperación Internacional* (A.E.C.I.) y la *Comisión Nacional del Quinto Centenario de España*. En el Programa la Gran Vía, que se detalló, participaron numerosas asociaciones ligadas a la hispanidad.

En el **Barrio de La Boca**, el Proyecto de Turismo Urbano Sostenible, es un proyecto de cooperación internacional desarrollada por el Istituto Cooperazione Economica Internazionale (ICEI), co-financiado por el Ministerio de Asuntos Exteriores de Italia (MAE) y Corporación Buenos Aires Sur (GCBA). La misión del proyecto es “contribuir al desarrollo económico, socio-urbano y cultural de los barrios de La Boca y Barrancas a través de la consolidación de una oferta turística sostenible”.

El **Barrio de La Boca** tiene procesiones religiosas vinculadas al origen migratorio: los santos pertenecen al país de origen, y uno de los organizadores es la Asociación Italiana. En estas procesiones se entona el Himno Nacional Italiano junto con el Himno Nacional Argentino, y se portan las dos banderas.

En el **Barrio Chino**, el Arco de Ingreso fue una donación del Gobierno Chino.

## 6.6 Conclusiones del trabajo de campo

Este Trabajo de Campo se realizó con el propósito de estudiar las relaciones entre *espacio y turismo*, en tres sectores de la Ciudad de Buenos Aires: **Avenida de Mayo**, La Boca, y **Barrio Chino**, que son a la vez *atractivos turísticos* en la actualidad, e íconos de corrientes inmigratorias.

A partir de sus resultados, se pueden realizar las siguientes **conclusiones**.

Los tres sectores son áreas territoriales urbanas intensamente vinculadas con alguna corriente migratoria, y con la actividad turística. En los tres, se muestra claramente la estrecha interacción de *territorio, consumo y sociedad*.

Sin embargo, si bien partiendo de estas características similares para los tres enclaves, tienen sus diferencias.

Por ejemplo difieren en la corriente migratoria a la que se vinculan (española, italiana, y oriental) y a la época histórica de la migración (masiva de fines de siglo XIX y principios del XX, y post segunda guerra mundial).

También difieren en su “actualidad” en cuanto a las preferencias del público. Por ejemplo, la **Avenida de Mayo** tiene mucho pasado, y poco futuro, mostrándose actualmente como una área en declive y degradada.

El **Barrio de La Boca** está actualmente en su esplendor como lugar de atractivo turístico y centro de consumo. Y el **Barrio Chino**, parece no haberse dado cuenta, todavía, de su potencialidad: constituye un lugar “exótico” en el marco de la Ciudad de Buenos Aires, pero le falta decidirse a, y prepararse para, ser un gran atractivo turístico. Tiene poco presente y mucho futuro (si se lo propone).

Los tres son sectores donde el consumo es clave para comprender su actualidad y su actividad. Pero difieren en sus características. En el área de uso turístico del **Barrio de La Boca**, está intensamente explotado el consumo turístico: gastronomía, objetos, arte, *souvenirs*, esparcimiento. En la **Avenida de Mayo**, la actividad comercial está muy poco orientada al turismo, pero persiste en gran medida una intensa actividad hotelera y gastronómica, y cuenta con centros de esparcimiento importantes (teatros, etc.). En el **Barrio Chino**, el consumo es principalmente comercial, y orientado al consumidor de origen asiático que busca productos exóticos, difíciles de hallar en comercios de origen occidental.

Los tres sectores estudiados tienen intensas vinculaciones con su origen migratorio (artísticas, arquitectónicas, culturales, lingüísticas, institucionales, comunitarias, religiosas, etc.) y estas relaciones son prolongadas en el tiempo. En los

tres sectores se *respira* el ambiente de la corriente migratoria, y los actores son claramente conscientes de ello, y del valor implicado en ello.

Las vinculaciones con los gobiernos de los países originarios son intensas y se expresan en asociaciones de ayuda mutua y preservación del patrimonio tangible e intangible, monumentos, etc.

## ***PARTE IV: CONCLUSIONES DE LA TESIS***



## ***Capítulo 7: Conclusiones generales***



## 7.1 Revisión de los objetivos de la Tesis

Al finalizar el trabajo, entendemos haber alcanzado amplia y satisfactoriamente los objetivos que nos propusimos al comienzo. Exponer las razones de esta afirmación, es el propósito de estos párrafos finales.

Los **objetivos** definidos al comenzar el trabajo de Tesis, fueron:

- *realizar un estudio de las relaciones actuales entre los espacios marcados por la inmigración y el turismo en la Ciudad de Buenos Aires*
- *revisar y actualizar las tendencias teóricas que intentan dar cuenta de las relaciones entre el turismo y la ciudad*
- *exponer las características de Buenos Aires como destino turístico.*

### 7.1.1 Objetivo 1: realizar un estudio de las relaciones actuales entre el espacio y el turismo en la Ciudad de Buenos Aires.

Para alcanzar este objetivo, se seleccionaron tres sectores de la ciudad (la **Avenida de Mayo**, el **Barrio de La Boca**, y el **Barrio Chino**), que comparten la característica de ser *atractivos turísticos*, y de tener un definido *origen migratorio* (migraciones española, italiana, y asiática, no necesariamente *china*).

De estos sectores se estudiaron, en las diversas partes de este Tesis, y a partir de las dimensiones *territorio*, *consumo* y *sociedad*, las respectivas corrientes migratorias, sus características territoriales, su oferta turística (de *atractivos* y de *servicios*), y se establecieron comparaciones, puntualizando similitudes y diferencias.

Por haber quedado bien caracterizada la actividad turística de estos tres sectores de la ciudad, y bien establecidas las relaciones actuales entre espacio y turismo, como expresión de las relaciones más amplias entre *territorio*, *consumo* y *sociedad*, entendemos que el objetivo general ha sido alcanzado.

### 7.1.2 Otros objetivos

Pero estas relaciones entre territorio, consumo y sociedad, en general, puntualizadas en relaciones entre espacio y turismo en tres sectores de la Ciudad de Buenos Aires, ¿corresponden a un fenómeno local, particular, aplicables a un momento determinado, y a ciertos sectores geográficamente limitados de una ciudad del cono sur latinoamericano? ¿O expresan tendencias de alcance espacial y temporal más amplias?



A partir de tal interrogante, resulta evidente que para interpretar adecuadamente los fenómenos locales, es indispensable ubicarlos dentro de marcos de referencia amplios, que den el sentido general a los hallazgos empíricos particulares, y que permitan establecer si estamos en presencia de un fenómeno aislado, particular, o si lo que se observa en cuanto a las relaciones entre territorio, consumo y sociedad en estos tres sectores de la Ciudad de Buenos Aires, representa un ejemplo más de un proceso de mayor alcance geográficos y temporal.

Por ello, esta tesis tuvo otros dos objetivos fundamentales:

- Objetivo 2: Revisar y actualizar las tendencias teóricas que intentan dar cuenta de las relaciones entre el turismo y la ciudad.
- Objetivo 3: Exponer las características de Buenos Aires como destino turístico.

***Objetivo 2: revisar y actualizar las tendencias teóricas que intentan dar cuenta de las relaciones entre el turismo y la ciudad.***

Para alcanzar este objetivo se estudió la abundante y varia bibliografía existente.

El turismo es una de las actividades económicas que más creció, proporcionalmente, en el siglo XX (o sea, que explica progresivamente, cada vez más porcentaje del Producto Bruto Interno del mundo), y que más contribuyó a crear bienestar, riqueza y trabajo.

En las últimas décadas, la ciudad se ha transformado en uno de los destinos preferidos de los turistas, en todo el mundo, y de todo el mundo.

Se establecieron, entonces los conceptos clave (y las relaciones entre ellos), que dan cuenta de las relaciones entre *turismo* y *ciudad*, tales como:

- Ciudad y transformaciones urbanas y metropolitanas
- Globalización y ciudad globalizada
- Turismo en las ciudades
- Postmodernidad y ciudad postmoderna

Se logró así, establecer las *características actuales de las grandes ciudades*, las que, resumidas, y a partir de las diversas perspectivas, son las siguientes:

- Desde el plano del *territorio*, las ciudades presentan evidentes transformaciones físicas y de sus funciones urbanas;
- desde el *consumo*, la ciudad actual es su espacio prioritario;

- desde la *sociedad*, hay influencias dialécticas entre cambios en la sociedad que llevan a cambio en las ciudades, y cambios en las ciudades que llevan a cambios en la sociedad. Estas influencias se resumen en los conceptos de *globalización* y de *posmodernidad*, que se expresan físicamente, paisajísticamente en las grandes ciudades actuales.

En igual sentido, con la intención de alcanzar el mismo objetivo, se estudiaron los *factores que influyen en el desarrollo del turismo*, tales como:

- **Cambios sociales y económicos:** mejoras en los niveles de vida y en la disponibilidad de tiempo libre
- Cambios en las tecnologías, las comunicaciones y el transporte: el mundo más cerca
- **Cambios culturales:** nueva valoración del consumo y el ocio, vinculados con la globalización y la posmodernidad, y las transformaciones de las ciudades
- Cambios en el rol del Estado
- **Cambios en la imagen de la ciudad y el turismo:** las maneras en que es *percibida* la ciudad, y cómo esta percepción influye en la elección final de un destino por parte de un turista, y en la construcción de una imagen como herramienta de la planificación turística.

Al revisar el objetivo 2, entonces, y actualizar las tendencias teóricas que intentan dar cuenta de las relaciones entre el turismo y la ciudad, se puede afirmar que, actualmente, la ciudad es el escenario privilegiado para el turismo y el consumo.

Dado que eso es precisamente lo que se evidencia en los tres sectores de la Ciudad de Buenos Aires, resulta que no constituyen excepción ni hecho aislado: se trata de la expresión local de un proceso más amplio y profundo. Buenos Aires está incluida dentro del proceso globalizador y post-modernizador, y, como una de sus expresiones, estos tres sectores geográficos han devenido espacios privilegiados para el consumo y el turismo.

### ***Objetivo 3: exponer las características de Buenos Aires como destino turístico.***

Para lograr este objetivo, se estudió detalladamente a Buenos Aires como un destino turístico, y se analizaron las características espaciales y paisajísticas que hacen de esta ciudad un destino de turistas de todo el mundo, puntualizando:

- la oferta turística
- el espacio del turismo
- la demanda turística

Se analizó la *oferta turística* de Buenos Aires, en particular los *atractivos turísticos* (naturales y culturales), y lo que posibilita el viaje (o sea, la *infraestructura* y la *planta turística*).

Se estudiaron los *lugares (barrios)*, en los que se centralizan los atractivos, y por consiguiente, la actividad turística.

Y se recopiló y analizó información actualizada sobre la gestión turística, distinguiendo entre *demanda externa e interna*.

De lo anterior, se concluye que Buenos Aires es una de las grandes ciudades turísticas del mundo.

Por haber quedado expuestas las características de Buenos Aires como destino turístico, entendemos que se alcanzó plenamente el objetivo 3 de la Tesis.

## 7.2 Conclusiones de la tesis

Sobre la base del trabajo realizado, se puede decir que por sus características físicas, territoriales, arquitectónicas, demográficas, comerciales, políticas, arquitectónicas, Buenos Aires es una ciudad postmoderna y globalizada, y que como tal, es un destino de turistas de todo el mundo, que ofrece atractivos naturales y culturales de primer nivel, que su demanda, tanto doméstica cuanto exterior, es intensa y sostenida, que es un espacio privilegiado para el consumo, que uno de sus grandes atractivos turísticos es el consumo, que es una ciudad en cuya constitución han tenido fuerte influencia las corrientes migratorias, que esas corrientes han dejado marcas, señales, elementos concretos del paisaje urbano y del patrimonio intangible, que, en algunos lugares configuran enclaves: sitios bien delimitados de intensa identidad cultural migratoria, como el **Barrio de La Boca**, vinculado a la migración italiana, la **Avenida de Mayo**, a la migración española, y el **Barrio Chino**, a la migración proveniente del lejano oriente, enclaves que tienen intensa actividad turística, y se vinculan estrechamente con sus corrientes migratorias de origen.

Buenos Aires es una ciudad en la que han ocurrido intensos y profundos cambios en su vocación territorial, producto de la interacción dialéctica entre *consumo*, *territorio*, y *sociedad*: sobre determinado territorio, se produjo el asentamiento de comunidades extranjeras (migraciones), que dieron ciertos usos al territorio; posteriormente, ese asentamiento humano evolucionó, y redefinió el uso del suelo; siguiendo las tendencias post-modernizadoras y globalizantes, tal uso se orientó al consumo, y en particular, al turismo.

El turismo implica necesariamente consumo: es una consecuencia propia del viaje. Pero, de acuerdo con la transformación postmoderna de la sociedad y de los valores que sostiene, el consumo, a veces, también es una *motivación* para viajar. Esta nueva actividad económica (el consumo) redefine al territorio y a la sociedad.

Estos son los cambios en la vocación territorial de Buenos Aires, que la llevaron de ser destino de migrantes, a ser destino de turistas.

Las transformaciones que se vienen dando en las ciudades en general y que se propagan rápidamente con una creciente universalidad han llegado también a la Ciudad de Buenos Aires, ciudad periférica y del sur de América Latina. Comienzan hacia finales de los 80, y en los 90 es bien evidente que surgen los opuestos: crecen barrios *públicos* y barrios *privados*, la *villa miseria* y el *country club*.

Buenos Aires es hoy una ciudad postmoderna y globalizada, pero no obstante las universalidades de los cambios, adquieren en Buenos Aires ciertas particularidades, una de las cuales es la perenne importancia de “*el centro*”. Bien es cierto que para algunos sectores acomodados, el *centro* ya no sigue siendo lugar preferente de residencia (porque se fueron a los *Country Club*), pero sigue habiendo sectores elegidos como residencia, como los barrios de Recoleta y Puerto Madero: en Buenos Aires, el centro sigue el lugar más importante para vivir, y también es el eje principal por donde se mueven los turistas.

En algún sentido, el entorno se reorganizó en relación al centro, que se ha reforzado con Puerto Madero. A principios de siglo XX, con el puerto se reforzaba el eje central de la Plaza de Mayo y la ***Avenida de Mayo***. Ahora, en el siglo XXI, con la creación de un barrio a la altura de las requerimientos culturales dominantes sobre lo que fue un conjunto de *docks*, luego abandonado, y devenido tenebroso, con un pasado de puerto, allí mismo se crea un barrio, en que viven las familias más adineradas de Argentina, y hasta allí llegan los turistas.

Como en los orígenes de la ciudad europea, Puerto Madero ocupa el centro de la ciudad. Y no se trata de la *remodelación de un puerto*, sino que es la creación de un nuevo barrio, con las características de las ciudades actuales: con edificios y monumentos de arquitectos de renombre, y recuperación o regeneración de zonas portuarias. Este nuevo espacio es hoy una de las nuevas postales de Buenos Aires.

Uno de sus grandes atractivos turísticos es el consumo, y Buenos Aires es un espacio privilegiado para el consumo. Y es en ese mismo *centro* de la ciudad, donde se concentran los centros de compras, *shoppings*, en su mayoría refuncionalizado edificios que son patrimonio nacional, propios de la época de *Buenos Aires Europea*. En esto, siguen las tendencias de los centros de compras de otras ciudades, con atención especial a los turistas. Los *outlets* también están en el centro de la ciudad.

También el *centro* es uno de los sitios por donde pasean la mayoría de los turistas: pasear y comprar son los dos principales motivos de sus actividades.

De día y de noche, el *centro* es el lugar para los turistas, con una oferta de espectáculos de teatro de todos los géneros, en espacios de primer nivel como el Teatro Colón, el Nacional Cervantes, varios complejos culturales, etc. Concentra la oferta hotelera, gastronómica, y de compras.

Pero la oferta turística ahora se está extendiendo, y ahora ocupa otros lugares, por ejemplo, el barrio de Palermo, por donde van pasando las transformaciones urbanas, y llegan emprendimientos turísticos: nuevas transformaciones urbanas, nuevos espacios para el turismo. Viceversa: por donde se va ensanchando la oferta turística es por donde se pueden leer las nuevas transformaciones urbanas, como ocurre en el barrio de Palermo, en el barrio de San Telmo.

Esas transformaciones van siguiendo los modelos de casi todas las ciudades que hemos caracterizado como posmodernas: hincapié en la historia, la identidad, la referencia al pasado, la cita histórica, una cierta nostalgia, y con *certificado de patrimonio* que en muchos casos lleva el sello nacional, etc. Es en la ciudad donde se manifiestan las innovaciones del urbanismo, la arquitectura y el arte, que le van otorgando una nueva imagen, un nuevo perfil, que alimentan la importancia asignada a los intercambios simbólicos y a la imagen: la importancia de consumir en estos lugares. Se pasa de *vivir la experiencia* de estar en estos lugares, a poder *contarlo y fotografiarlo*: se consume lo que se fotografía.

En el barrio de Palermo se ha construido sobre lo antiguo, sobre las casonas antiguas, sobre los talleres de automóviles. En este momento se escuchan los martillos de las demoliciones, pero no se demuele todo, sino que se dejan partes en pie, o se conservan: las aberturas, las escaleras, los pisos, los adornos de las fachadas. Ahora serán parte de la oferta turística o de la oferta inmobiliaria en *lofts* y se convertirán en iconos del nuevo estilo de vida. El barrio de Palermo hoy es un lugar a donde tienen que ir los turistas a caminar, sentarse en los bares y restaurantes temáticos, pero también se alojan en los pequeños alojamientos, hoteles de diseño, *hoteles boutique*, etc. Es otro lugar del consumo, de las compras: barrio del diseño, desde zapatos hasta bares, y con particularidades: un bar se transforma en algún momento del día o la noche en una pequeña *boutique*.

Del barrio de Palermo se puede decir que es un barrio que tiene un interés manifiesto en devenir destino turístico, lo que se muestra donde se muestran las señales de que un barrio está cambiando, no solo es en sus edificios y monumentos sino también en la presencia de turistas.

Ese reinventarse y de reorganizar el entorno adecuándolo a los cambios culturales que genera tiene otro ejemplo en el barrio del Abasto, en el emprendimiento comercial y turístico que tuvo como locomotora la remodelación de un viejo mercado de la época de la ciudad europea, transformado en *shopping center* con todo el entorno en relación a la figura de Carlos Gardel. Se construyó un medio diferente que hoy es uno de los atractivos de la ciudad.

Así son varias las aéreas urbanas que con algún elemento patrimonial importante pero deteriorado o degradado han pasado a ser considerados propicios o potencialmente interesantes para someterlos a un reciclado e incorporarlo a la función recreativa y turística del Barrio y la ciudad.

El barrio de San Telmo recuperó mucho de su patrimonio arquitectónico y parte de él, pasó a ser de función turística (hotelería y gastronomía), en una recuperación que sigue en constante transformación.

Otra evidencia de que Buenos Aires es ya una ciudad postmoderna, es que el urbanismo y la arquitectura postmoderna le están dando como resultado algunos ambientes urbanos *constituidos* por *edificios icónicos*. Algunos de los arquitectos de renombre (como Cesar Pelli, Calatrava, Alan Faena y Philippe Starck) que proyectan y diseñan en ciudades globales, también han llegado Buenos Aires con sus obras.

Muchos de estos proyectos son los nuevos iconos de las ciudades, utilizados en la imagen turística, como en Buenos Aires es el caso del *Puente de la Mujer*, de Calatrava que incluye un sello de distinción al barrio de Puerto Madero.

Como destino turístico, Buenos Aires ofrece atractivos naturales y culturales de primer nivel, entre los que intensamente cuenta el tango, como patrimonio inmaterial.

*El tango* es uno de los atractivos más requeridos de los turistas. Al igual que la ciudad, encontró cómo recuperarse del fin que parecía llegarle anunciado, inminente, e inevitable: hace unas décadas se daba casi por terminado el ciclo del tango, las orquestas y los bailarines de tango pasaban a la historia, y ya las nuevas generaciones no lo bailaban. Pero hoy el tango es un factor de desarrollo, porque se constituyen en un *recurso*, en un ámbito donde el ocio, la diversión, el placer y el consumo, en definitiva, representan un rasgo distintivo, pero a su vez generan una actividad económica. Alrededor del tango se ha formado una serie de actividades económicas, que incluye la pequeña academia, el bailarín callejero, la milonga de barrio, museos del tango, orquestas, profesores, grandes shows, campeonatos internacionales, etc. El tango se ha visto favorecido no solo por sus cualidades de gran detonadora de lo simbólico, sino también del aire nostálgico propio de la cultura posmderna y si algo le pude poner el sello es su reciente declaración de *patrimonio de la humanidad*, ese sello, ese *plus* en

los productos turísticos que da cierto aire de distinción y que adquiere un valor simbólico de consumo turístico de gran escala.

El tango completa, complementa, constituye, el paisaje urbano que Buenos Aires ofrece al turista posmoderno, paisaje urbano constituido también por la posibilidad del consumo simbólico. El tango no es un monumento o un museo que está fijo en un lugar: para verlo hay que ir a muchos sitios, y además, no es solo verlo: se le puede oír, y más aún participar, y aprender.

El tango se escucha en las calles porque sale de los locales comerciales, hay parejas de tango bailando en los lugares de concentración de turistas, y también una pequeña orquesta, un señor imitando a Gardel. El tango esta en el paisaje urbano, más allá que se baile en los locales.

Buenos Aires es una ciudad en cuya constitución han tenido fuerte influencia las corrientes migratorias que han dejado marcas, señales, elementos concretos en el paisaje urbano y del patrimonio intangible, que, en algunos lugares configuran enclaves: sitios bien delimitados de intensa identidad cultural migratoria; algunos de esos sitios, son, por ejemplo el **Barrio de La Boca**, vinculado a la migración italiana, la **Avenida de Mayo**, a la migración española, y el **Barrio Chino**, a la migración proveniente del lejano oriente; los enclaves que se estudiaron, tienen intensa actividad turística, y se vinculan estrechamente con sus corrientes migratorias de origen.

Las marcas, los rasgos inherentes a la identidad básica de la Ciudad de Buenos Aires se siguen preservando, así como los rasgos establecidos y consolidados por las corrientes migratorias a lo largo de su historia, y distinguen a Buenos Aires de otras ciudades. Áreas urbanas con algún elemento patrimonial de origen migratorio, importante, pero deteriorado o degradado, pasan a reciclarlo de tal manera que se vuelve en un bien con perspectivas de declararse *patrimonio histórico*, o se transforma en un área destinada a la recreación y el ocio, como es el caso paradigmático del **Barrio de La Boca** donde el escenario es el elemento patrimonial migratorio.

En el **Barrio de la Boca** con la revalorización estética, simbólica y turística del patrimonio se reforzaron sus señas de identidad, complementándola con la *tendencia posmodernista a la cita histórica*. Se rehabilitó el paisaje urbano y se recuperó la historia de sus orígenes migratorios, pero en un escenario con nuevos participantes: los *turistas*. En el pasado vivieron los inmigrantes en los conventillos, que hoy son museos de los mismos inmigrantes, galerías y *atelier* de arte, restaurantes, hoteles para el consumo turístico.

Se trata de un retazo del pasado en el presente, un retazo del pasado inmigrante en el presente turístico. Un retazo embellecido, adornado, pedacitos de historias con aires nostálgicos, en el consumo turístico. Una reingeniería del imaginario urbano, identidades culturales y con la memoria colectiva, una refabricación de la Boca. Una exaltación de los símbolos y las imágenes que dieron origen al barrio. Un barrio puede vivir en el imaginario a través de las canciones, de la pintura (en el **Barrio de La Boca** los cuadros de Quinquela), de las anécdotas, de todos los relatos y fundamentalmente del relato turístico.

El **Barrio de La Boca** y la **Avenida de Mayo** no solo incluyen los elementos materiales del patrimonio cultural sino también la dimensión inmaterial. En la **Avenida de Mayo** es posible interpretar la historia de los españoles, la esquina donde se encontraron republicanos y monárquicos, donde durmió García Lorca.

El turismo puede hacer que aquello siga perdurando. El relato turístico ayuda a perpetuar la identidad migratoria.

En el **Barrio de La Boca** todavía no termino esta puesta en escena del patrimonio migratorio, todavía se sigue trabajando, se pide a los mismos vecinos que acerquen algo de los pedacitos de la historia, una carta, un baúl, algo que ayude a contribuir a la muestra de lo simbólica del patrimonio migratorio y que a su vez los haga participe de algún modo de esta reingeniería, que movilice a la sociedad local, que se interese por su pasado por la heredad, por lo que se considera es parte de la identidad individual y colectiva.

El patrimonio inmigratorio deviene producto turístico. Se manifiesta en la dimensión territorial dejando huellas inconfundibles en la arquitectura y el urbanismo pero también en la dimensión inmaterial. Se manifiesta en un paisaje urbano cargado de simbolismo, de señas de identidad. El patrimonio migratorio no es solo un conjunto de edificios, viviendas, plazas y monumentos típicos sino un medio urbano singular, donde la identidad migratoria, histórica y cultural se consolida en la relación territorio y sociedad.

En la **Avenida de Mayo**, todo evoca España: los nombres de los hoteles, la gastronomía, los cafés, que siguen siendo un lugar elegido por los porteños y los visitantes. La mayoría de los cafés de la ciudad corresponden a la *ciudad de los inmigrantes*, y la **Avenida de Mayo** fue muy importante por sus cafés, por su patrimonio material como inmaterial, por sus tertulias, por quienes pasaron por sus mesas. Hay una voluntad de recuperarlos, y también de estimular la visita, mediante distintas actuaciones del organismo encargado del turismo de la ciudad.

En el **Barrio de La Boca**, el espacio destinado al turismo está controlado y organizado, se embellece, ornamenta, maquilla. Se le ha eliminado lo que se



consideraba *indeseable*. Está envuelto en un aire cargado de elementos simbólicos, que le da cierta homogeneidad: los colores, los olores, las texturas, los sonidos. Pero el turista también tiene la sensación de que se está seguro: hay vigilancia, y se hace notar. Los turistas lo ven, allí casi no hay personas que no sean turistas, y los que no lo son, están trabajando en los locales turísticos. Se restablece el paisaje urbano recuperando no solo la historia sino también el relato histórico, con un aire nostálgico propio de la cultura posmoderna.

El **Barrio Chino**, que a diferencia de los otros dos espacios urbanos estudiados en esta tesis, no tiene pasado, tiene el simbolismo, las señas que identifican que es un *espacio asiático*: el **Barrio Chino** es una impostación en el Barrio de Belgrano, se creó sobre otro barrio, quiere reemplazar la identidad del barrio.

Para que llegue a ser parte de la identidad de una ciudad, el patrimonio migratorio requiere (entre otras cosas), *tiempo*. Tiempo que tuvieron *lo español* y *lo italiano*, que son parte de la identidad de Buenos Aires, pero que todavía no lo ha tenido suficiente lo asiático. El tiempo vincula, amalgama culturas y nacionalidades en el territorio y en la sociedad.

Por otra parte, la **Avenida de Mayo** y el **Barrio de La Boca**, tuvieron su nacimiento en espacios despejados. En cambio el **Barrio Chino** es, en cierto modo, una *apropiación del territorio* del Barrio de Belgrano, una superposición sobre algo existente. Se creó un nuevo espacio con características que hoy son ajenas a las tradicionales de Belgrano. Existe una vinculación entre el territorio, el consumo y lo social; los inmigrantes asiáticos se han agrupado en el Barrio de Belgrano y adaptaron un sector del barrio a su forma de vida, cargada de simbolismo, con sus mercados, su gastronomía, sus templos, sus ritos, sus adornos, sus elementos arquitectónicos representativos de su cultura.

El paisaje urbano que generan, la lengua, las costumbres, son muy visibles. No comparten el espacio, lo superponen, y lo delimitan mediante un arco. No es *integrarse*, es *separarse*: cuando el peatón atraviesa el arco, sabe que está en el territorio *de otros* que habitan el Barrio de Belgrano. Está en una parte del Barrio de Belgrano a la que le cambiaron el escenario. Pero también le dieron un nuevo paisaje urbano, que se transforma en atractivo turístico.

Una de las diferencias actuales entre el **Barrio de La Boca** y la **Avenida de Mayo** respecto del **Barrio Chino**, es que los dos primeros son ya parte de la identidad porteña, pero no lo es (todavía) el Barrio Asiático.

Buenos Aires se está transformando, pero preserva muchos de sus rasgos consolidados en el tiempo, e incorpora partes perdidas con fuerte connotación patrimonial, lo que le ha reforzado sus elementos identificatorios, en particular de fuerte

connotación migratoria, esa idiosincrasia migratoria en el territorio, en la sociedad y en el ambiente, que le permitirán, seguramente, resistir muchos de los impactos negativos de la globalización.

Quizás la evidencia que algo pasó a ser parte no solo de la historia, sino también de la identidad de un pueblo, es que tiene su *museo*, y Buenos Aires ya tiene su *museo de la inmigración*, ubicado justamente donde fue el *hotel de los Inmigrantes*, hoy patrimonio nacional. Y además tiene museo de la emigración gallega, judía, etc., y el mismo **Barrio de La Boca** musealizó parte de los conventillos.

Buenos Aires no tiene un monumento, una catedral, que sea un gran atractivo turístico: lo que atrae son los espacios urbanos, el ambiente general alrededor de los cafés, la arquitectura singular, la vida y espectáculos callejeros, cierta bohemia. Solo pasear, sentarse a comer, a tomar, mirar el entorno. Pasan muchas cosas y no pasa nada. Sentarse bajo los árboles frondosas en bares y confiteras que en algún momento se transforman en feria. Los estudios de demanda en la ciudad Buenos Aires dicen que lo que hace la mayoría de los turistas es *pasear, pasear y comprar,...* *pasear y consumir*. Buenos Aires se puede visitar caminando, tiene un ambiente donde se puede compartir con los residentes, tomar un café en un café porteño, sentarse en la vereda, salir a bailar por la noche, etc. Porque hay algo más que distingue a Buenos Aires, y es su oferta de espectáculos (teatro, cines, etc.). Los teatros más importantes se corresponden con la *ciudad de los inmigrantes*, tales como el Teatro Colon, o el Cervantes, con espectáculos internacionales, o el teatro Avenida, propio de la zarzuela.

Las transformaciones por las que Buenos Aires deviene en ciudad turística, también tiene que ver con las actividades y servicios propios de la *actividad turismo*, y aquí también Buenos Aires copia las formulas universalmente establecidas: *lo global en el turismo*. Esto es el resultado de cambios en las tecnologías de información y en las telecomunicaciones, que han permitido ampliar el campo de los destinos turísticos por el impacto de la publicidad (difusión de imágenes reales de espacios turísticos y creación de imágenes subjetivas), y por la conformación de una modalidad de comercialización turística que ha cambiado la organización tradicional (individual, artesanal, decimonónica) de los viajes, por el *marketing* turístico, estructura de las agencias de viajes, público masivo, etc.

La innovación en tecnologías de la información permite gestionar el viaje por internet: comprar el pasaje, hacer reservas de alojamientos, autos de alquiler, entradas a los espectáculos, galerías, museos, visitar la ciudad con mapas digitalizados, ver la ciudad en tiempo real, etc. La gestión la comunicación, la publicidad y la comercialización acelera, acerca todos los destinos, y la venta a través de internet, el

comercio electrónico (el *e-business*) en su sentido más amplio, permite transacciones comerciales en tiempo real y liberaliza el comercio mundial de bienes y servicios.

Buenos Aires ofrece los que se podrían denominar *productos turísticos globalizados*: la *noche de los museos* (primero en Alemania y España, luego en Buenos Aires); el *bus turístico*; *tematización de alojamiento y restaurantes*; *hoteles de diseño*, *hoteles boutiques*.

Sin embargo, por muy global que sea, Buenos Aires es también Latinoamérica: del bus turístico se desconoce el horario, se producen largas filas para obtener el *ticket* y para aguardar su llegada, los servicios son precarios en su funcionamiento, la información al turista es deficiente. Esto es *gestión glocal* del turismo: idea de orden global, realización de orden local.

La glocalización es la articulación entre lo global y lo local, noción que se aplica a lo urbano, pero que puede también aplicarse al turismo; por ejemplo, los atractivos turísticos pueden ser *espacios glocalizados*, puede haber productos turísticos glocalizados, igual que las actividades turísticas y la gestión del turismo.

Espacios urbanos glocalizados, El **Barrio de La Boca** es buen ejemplo de espacio urbano de uso turístico, glocalizado: ofrece el barrio muchas de las características de las ciudades posmodernas, pero con signos locales: el origen migratorio, el tango, el fútbol.

Glocal también es, aunque en otro sentido, el Puente de la Mujer. El arquitecto que lo diseñó es uno de los de moda, pero el proyecto es algo muy local: es una estilización de una pareja bailando tango.

Estos proyectos donde lo local ocupa una parte importante en el simbolismo de una ciudad hace que se refuercen en la identidad y puedan seguir distinguiéndose de otras ciudades.

Buenos Aires es una ciudad que como destino turístico, tiene atributos o representa el *consumo del simbolismo*. El turista urbano actual también tiene la *necesidad simbólica* de consumir, se consume tango, fútbol, la calle Caminito.

También los espacios de la exclusión tienen lugar para el turismo en la Ciudad de Buenos Aires: los *reality tour* a las *Villas Miseria*, zonas *rojas*, recorrido *under* por el mundo travesti, *Cumbia Tour*, con los que los turistas pueden tener acceso a un recorrido por la miseria, la desnutrición, el hacinamiento, los márgenes de la dignidad humana y social.

En el mundo postmoderno y global, el rol del estado en relación con el turismo también cambió: de ejercer solo un control superficial, o una fiscalización menor, pasó a una intervención directa en inversiones, infraestructura, planificación, promoción, etc.

Buenos Aires, desde que es Ciudad Autónoma, tiene una *Ley de Turismo*, ya no solo *Ordenanzas*, y está cambiando su rol, tiene un Ente de turismo, hay promoción, señales diferentes. Esta realidad del turismo ha llevado a una aceptación creciente de su importancia económica y simbólica, además de percibir sus beneficios económicos, sociales, culturales, patrimoniales, medioambientales, etc. En la República Argentina, después de la crisis del año 2001 comienza a considerarse seriamente al turismo como una actividad económica de primer orden.

Los estudios de la demanda, comentados en este trabajo, remarcan los puntos negativos de Buenos Aires, sus carencias: sucia, peligrosa. Sin embargo, la imagen turística de Buenos Aires tiene ya imágenes consolidadas, y otras nuevas: el obelisco, el Puente de la Mujer, la Boca, el tango, etc.

Esta regeneración del turismo se desarrolla en el contexto de la emergencia de una ciudad postmoderna, en la cual se inscriben requerimientos del consumo, identidad, simbolismo, imagen. Pero Buenos Aires, afectada sólo marginalmente por la globalización, continúa manteniendo su identidad esencial. Y en esa identidad el patrimonio migratorio tangible e intangible ocupa un lugar prominente y a la vez sirve de base para nuevos productos turísticos enriquecidos con el relato turístico.



## **Adenda**

Estos cambios también son los que, en parte, llevaron a Jorge Luis Borges, a *ver* diferente a Buenos Aires, a lo largo de los años:

Esta ciudad que yo creí mi pasado,  
es mi porvenir, mi presente.

*Arrabal*, Fervor de Buenos Aires, 1923

Antes, yo te buscaba en tus confines  
que lindan con la tarde y la llanura.  
Ahora estás en mí. Eres mi vaga suerte...

*Buenos Aires*, El otro, el mismo, 1964

He nacido en otra ciudad que también se llamaba Buenos Aires  
Recuerdo los jazmines y el aljibe, cosa de la nostalgia  
Recuerdo el tiempo generoso, la gente que llegaba sin anunciarse  
Recuerdo las carretas de tierra adentro en el polvo del Once.

...

En aquel Buenos Aires, que me dejó, yo sería un extraño.

*Buenos Aires*, La cifra, 1981

Haber visto crecer a Buenos Aires. Crecer y declinar.

*La Fama*, La cifra, 1981

Y la ciudad, ahora, es como un plano  
de mis humillaciones y fracasos.

*Buenos Aires*, El otro, el mismo, 1964

¿Qué será Buenos Aires?

...

Buenos Aires es la otra calle, la que no pisé nunca, es el centro secreto de las manzanas, los patios últimos, es lo que las fachadas ocultan,  
... es lo que se ha perdido y lo que será.

*Buenos Aires*, Elogio de la sombra, 1969.



**ABSTRACT: DOCTORAL THESIS**  
**CHANGES IN THE VOCATION OF THE**  
**TERRITORY: A STUDY OF THREE ENCLAVES**  
**PORTEÑOS:**  
**AVENIDA DE MAYO, LA BOCA, AND CHINATOWN.**





## ***Introduction***

This thesis is part of the Phd Program: territory and society, in the line of research: territory, consumption and society, of the Department of Human Geography of the Complutense University of Madrid.

The subject matter that is addressed is the relationship between tourism, society, territory and consumption, and involves a major challenge for its breadth, unreachable for a single person and for a single discipline, that is why this work deals with tourism and migration, from the dimensions that covers the research line: territory, consumption and society, in three areas in the City of Buenos Aires: **neighborhood of La Boca, Chinatown** and the **Avenida de Mayo**.

These three sectors of the city are major tourist attractions today, but in their origin, were destination for immigrants in the evolution of the Argentine Republic, the immigrations are a fundamental phenomenon, not a mere episode. Between 1850 and 1930, the migration from Italy and Spain were massive, and in the City of Buenos Aires urban cores were formed with a strong identity italian and spanish, such is the case of the neighborhood of La Boca, whose inhabitants, like the supporters of the world-famous Boca Juniors football club, are called xeneises (genoise), and the **Avenida de Mayo** that was largely responsible for the fact that toward 1910 stating that the largest city in Galicia was Buenos Aires. From 1950 onwards, begins a new wave of immigration, this time numerically less striking, and originated in countries of the far East, and its members joined forces in a sector of the neighborhood of Belgrano, in Buenos Aires, the sector that is called **Chinatown**.

In this thesis, we study the migratory movements mentioned, and their influence on the current fact that these three sectors are now tourist attractions.

Among the trends originating in the twentieth century whose evolution was consolidated in the beginning of the twenty-first century, the most notorious are the growth of tourism as an economic activity, the growing number of people who choose to the cities as a tourist destination, and the progress of the globalization process, which involves an extension of the popular tourist destinations in the world, and the centers issuers. In turn, the growth of the tourism implies that more and more people have more free time, more willingness to travel, and more money to spend on this activity: it is a world becoming increasingly rich and opulent (but where consumption is one of the main economic activities).

This is one of the features of the postmodern society, interested in cultural activities, and quick in the satisfaction of the desires.

One of the great cities of the world that has benefited from these trends is Buenos Aires, which has nearly five century of existence, is the result of the colonizing process Spanish of the Americas, and the city of greater population in the Republic of Argentina, in addition to its capital, with four million inhabitants, encircled by a belt of almost ten million more, in recent decades has changed its appearance, and has been transformed into a postmodern city. But beyond its physical change (landscape), the image of the city that is still present in people (Mindscape) has not changed so much: why not only is your main destination from the outside, but also remains the main urban destination for tourists coming from the interior of the country.

As a result of internal and external migration process, which has been transforming into a cosmopolitan, multicultural, multilingual, Buenos Aires expressed those tendencies: it is postmodern, globalized, and tourism. The City of Buenos Aires reflected in his face the traces that are leaving the various streams of immigrants and in some cases monuments, buildings, sets, but in other sectors, neighborhoods where identifiable is the weight of immigration; some of these sectors now have a wide links with the tourism, arriving to be attractive to a growing demand for tourists.

Two are the big emitters centers of migratory flows of Buenos Aires: Spain and Italy, the two have left a tangible and intangible heritage that is presented today as a resource when considering the tourist offer of the city. Contemporary migratory flows also are occupying a territory and beginning to be presented as a tourist attraction: it is the Asian immigration.

That is why to consider the study of the City of Buenos Aires in its relationship with the current immigration, it has been considered to the Spanish and Italian immigration by having the highest intensity, and Asian immigration by be the contemporary, the three have had an impact on the urban space in Buenos Aires and today constitute enclaves of tourist attraction, this territory marked by the Spanish immigration is the **Avenida de Mayo**, in the case of the Italian immigration, La Boca neighborhood and in the case of Asian immigration, the Chinatown. The Chinatown is located on the north of the city, in the neighborhood of Belgrano, the **Avenida de Mayo** is located in the center, including within the neighborhood of Montserrat, and the La Boca neighborhood in the south.

The subject matter that is addressed (the link between tourism, society, territory and consumption) implies a greater challenge due to their size, by what is bounded in a series of specific aspects: territory, society, consumption, immigration, tourism in three specific areas of the City of Buenos Aires: **La Boca neighborhood, Chinatown and Avenida de Mayo.**

The **Avenida de Mayo** and the La Boca district represent the two major migratory flows in the City of Buenos Aires in the era of mass immigration, spanish and italian respectively. The Chinatown represents the current with the latest migration; the Asian (not necessarily china)

This thesis is organized in four parts.

The first part presents the theoretical framework of reference of the subject of this thesis, which is the tourism in a big city, or the urban tourism.

Presents the scenario, the spatial context, historical and cultural in that fits the case study carried out in the three selected areas of the City of Buenos Aires: **Avenida de Mayo, La Boca and Chinatown.**

In the theoretical framework of reference are presented and discussed a series of concepts relating to the relationship between tourism and the city, such as: the urban and metropolitan transformations, spatial and functional; globalization and the globalised city; the city postmodernity and postmodern and the characteristics of urban tourism.

This content is offered in two chapters.

After a **Chapter 2: The current characteristics of the large cities** are developed the characteristics of the big cities, among which include the physical transformations territorial and urban functions, the city as priority space for consumption, and the changes in society that lead to change in the cities, and the changes in the cities that lead to changes in the society. Globalization and postmodernity.

Are addressed from three dimensions: territory, consumption and society:

- **From the territory** (and physical transformations of the urban functions),
- **From the consumption** (the city as priority space for consumption);
- **From the society** (changes in society that lead to change in the cities, and changes in the cities that lead to changes in society. The globalisation and postmodernity)

**In the Chapter 3: The City and the Tourism**, addresses the relationship between city and tourism: urban spaces of tourist function, factors linked to the development of tourism, etc. are studied factors influencing the development of tourism, such as the image of the city, and relations between the spaces of the city devoted to tourism, etc , based on a literature review that has enabled us to establish a theoretical reflection and structure the ideas on the subject of study.

All the topics addressed exercise mutual interaction, by what this theoretical framework, based on a detailed analysis of activity, tends to a common vision, which is required to explain jointly territorial changes, social, cultural, etc. The topics discussed are the changes and the factors of change, the city as a scenario for tourism and consumption, the image of the city and the tourism, the results: the big cities as a tourist destination.

Therefore the Part 1, aims to study the current theoretical trends about the relations between tourism and the city, reviewing the literature to establish the trends that constitute the theoretical framework of reference of the empirical study that occurs in the third part, and by addressing the discussion of a series of concepts that give an account of the relations between tourism and the city, such as a city and urban transformations and metropolitan, globalization, and globalised city, urban tourism, and postmodernity and postmodern city.

When the various concepts that are discussed in a theoretical work, are interwoven in a network of meanings and interactions, as this is the case, it is customary to employ a form of exposure of form "*first analysis, then synthesis*", what can subvert, by over-simplified, what is studied, and by what is considered desirable, then, in this work, modify slightly that sequence, showing in the first instance the conceptual complexity, as follows: "*First, brief summary that shows the complexity of the network of relationships; then detailed analysis; and finally, new synthesis, this time inclusive and upon arrival at the conclusion.*"

**In the second part: Buenos Aires, destination for immigrants and tourists**, describes the characteristics of Buenos Aires as a destination for immigrants and as international tourist center. From the point of view of tourism, are analyzed their spatial features and landscaping, which make it tourist destination, is reviewed the characteristics of your offerings, and its tourism demand, and some of its tourism products main, and explores the major migratory flows that have shaped its present composition, and its linkage with the tourist activity.

The results of the work are presented in two chapters.

**In the chapter 4: Buenos Aires, destination for immigrants**, studying migration from Spain, Italy and the far east, because their current urban expressions (**Avenida de Mayo, La Boca and Chinatown**, respectively) are important as tourist attractions, and because they are the elected urban spaces in the comparative study of this thesis, and those who, as the spanish and italian, belong to that global movement that began in the mid-nineteenth century and lasted until 1930, with an abrupt interruption but transient during the First World War, were in the Republic of Argentina, and in the City of Buenos Aires, an effect establishing: formed, built much of what is this

country and this city. This is the result of its arena, and its economic importance, social, cultural, ideological, and political.

And while Buenos Aires received immigrants from many countries, will address the study of migration italian and spanish were those with the highest number and influence in the shaping of the country, possibly because of the closeness and religious language, both in addition are linked with the tourist activity, because various sectors of the city, which housed originally immigrants from these two sources, have become places of tourist attraction, such as the **Avenida de Mayo** and **La Boca**. In the case of immigration from the far east to the middle of the twentieth century, its impact on the city has been less, by their smaller number, by the language difficulties and to achieve the cultural exchange, and because (unlike the current of the nineteenth century, that came to a country under construction), this came to a country already constituted institutional and socially, the far eastern culture is expressed in particular in one sector of the city, called, perhaps incorrectly, "**Chinatown**", that is a tourist attraction.

Then, this chapter is organized in the following sections:

- The stage of early immigration: Buenos Aires, creole city,
- The stage of mass immigration: Buenos Aires, european city.
- The stage of the contemporary immigration: Buenos Aires, postmodern city.

On the other hand, in the **Chapter 5: Buenos Aires as a tourist destination**, analyzes the spatial features and landscape that make the city a good destination for tourists from all over the world. In this chapter deals with **the tourist offer of Buenos Aires**, which deals with everything available to the city and that motivates the journey, or, the attractive tourism, and on what makes the journey, or, the infrastructure and the plant tourist in the centralizing the attractive, and therefore, the tourist activity.

Finally, we studied the **tourist demand of Buenos Aires**, and presents the results of the tourism management, distinguishing between external demand and internal, that is, between the tourists from abroad and the interior of the country.

**In the third part: case study: A comparative study of three sectors of the City of Buenos Aires**, studied empirically, through field work in the field, **La Boca**, **Chinatown** and **the Avenida de Mayo**, in terms of its tourist activity, from the following dimensions territory, consumption, and society, and linked the findings with the origins of each migrant sector studied.

In the territorial aspect, is described, were characterized and compared the spaces for tourist activities (and its link with the flow of migrants to influences in each sector)

From the point of view of consumption, described, characterized and compared the supply of goods and services for tourist consumption of each place, linking it with its migratory flow.

From the point of view of society, the description, characterization and comparison of the plans and actions that are performed from the Government of the city, and from the partnerships that bring together members of the respective communities, aimed at strengthening the tourism activity, and community activities and festivities that are performed in these neighborhoods, linked symbolically with their migrant origins, and tourist attractions.

**In the fourth part: Conclusions of the thesis**, summarizes the previous three, and are removed from the consequences of all the thesis work.

In this first part presents the theoretical framework of reference of the subject of this thesis, that are the functional changes in the big city that convert spaces marked by the immigration of the past, in places of tourist attraction today.

Presents the scenario, the spatial context, historical and cultural in that fits the case study carried out in the three selected areas of the City of Buenos Aires: **Avenida de Mayo, La Boca, Chinatown** (empirical study that was presented in Part 3)

Below are presented and discussed a series of concepts relating to the relationship between tourism and the city, such as:

- The metropolitan and urban transformations, spatial and functional,
- Globalization and the globalised city,
- Postmodernity and the postmodern city,
- The characteristics of urban tourism.

This content is offered in three chapters.

**In Chapter 2**, develop the current characteristics of the big cities, among which include the physical transformations territorial and urban functions, the city as priority space for consumption, and changes in society that lead to change in the cities, and the changes in the cities that lead to changes in society. La globalisation and the postmodernity.

**The Chapter 3, the City and tourism**, deals with the relationship between city and tourism: urban spaces of tourist function, factors linked to the development of tourism, etc.

When the various concepts that are discussed in a theoretical work, are interwoven in a network of meanings and interactions, as this is the case, it is customary to employ a form of exposure of form "*first analysis, then synthesis*", what can subvert, by over-simplified, what is studied, and by what is considered desirable, then, in this work, modify slightly that sequence, showing in the first instance the conceptual complexity, as follows: "*First, brief summary that shows the complexity of the network of relationships; then detailed analysis; and finally, new synthesis, this time inclusive and upon arrival at the conclusion*".

For this reason, the contents of this first part, offers preceded by the Chapter 2: City, consumption, and tourism. mutual implications, which aims to make that initial exposure summary, synthetic, analytical little or nothing, but at the same time comprehensive, complex, as she shows the network of mutual relations and meanings between the concepts that are discussed then: tends to be display in your interaction, rather than in its specificity.

## ***Objectives***

The space is dynamic, and in its dynamism, it is subject to modifications whose causes are numerous, but are always linked to social changes, these changes also affect their social function, or, in the use that space to give its users, are these inhabitants of the city or not.

In the case of the three sectors of the city of Buenos Aires that is studying (**Avenida de Mayo, La Boca, and Chinatown**), have suffered modifications as a result, among other influences, intense and defined migratory movements, and this has become attractive to summon the visitors. As a result, change its social function: these spaces are no longer only used by the inhabitants of the city but also by tourists.

For these reasons, this thesis has by main objective carry out a comparative study of the relations existing between the space and the tourism and its link with the immigration flows in three sectors of the City of Buenos Aires: **Avenida de Mayo, La Boca, and Chinatown**, which are at the same time tourist attractions in the present, and icons of immigration flows.

In the study of the social function of space and observing their appearance in a given time, converge the own territory, in the physical media, but also the society, as a set of people who have specific behaviors associated with a particular cultural shaping, which is, in turn, dynamic and is exposed to countless influences.



From among such influences, in the present, post-modernity (even considering its ambiguous and uneven definition) is one of the most intense, and between the values that underpins this overvaluation of consumption, the current tourism phenomenon is linked to this consumption boom, which has led changes in space, both in its physical appearance as well as in its social function.

With this framework, this thesis sets out to analyze the relationship between space, tourism and migration, based on specific objectives, involving the approach from three dimensions: territory, consumption, and society, and at the same time link, also, the findings in these dimensions, with the origins of each immigration sector studied.

More in detail, from the territorial aspect, then, seeks to describe, characterize, and analyze urban spaces intended for tourist activities (and its links with the current immigration policy that influences in each sector) is presented the characterization of urban urban equipment, the accessibility and transport type, the form of mobility of the tourists, describe the "climate" or ambience of the sector, and also the mapping of the spatial distribution of the elements of tourist function (tourist attractions, accommodation, food, leisure, travel agencies, banks and currency exchanges), of each element and the whole of the elements of each urban space and compared quantitatively and qualitatively the findings obtained in the territorial dimension in the three urban spaces selected. This is see what they have in common, but we also know that you have in particular.

From a consumption point of view, it seeks to describe, analyze and compare the supply of goods and services for tourist consumption for each site, linking it with its migratory flow. It is described and analyzed, but also provides a classification of the degree of relationship linking the elements of function with the current tourist immigration.

From the point of view of society, the objective was to investigate and describe the actions and plans that can be performed from the Government of the city, and from the partnerships that bring together members of the respective communities, aimed at strengthening the tourism activity; and community activities and festivities that are carried out in these neighborhoods, linked symbolically with their migrant origins, and tourist attractions. In addition, in connection with this objective, describes the political agencies, organizations and communities to act and participate for the benefit of strengthening of touristic activities; they are mentioned, describe, and discuss plans, programs, projects of tourist activities, originated by the national agencies and the government of the City of Buenos Aires, actions to strengthen the tourism activities engendered by the neighborhood associations, non-governmental organizations, and those in which it participates the immigration community, and the country of origin of the

current immigration. In addition, it is investigated on community activities and festivities that are performed in these urban spaces linked with its origins immigration.

But to properly interpret the findings, it is essential to locate them within broad frames of reference, to give the context in which these particular empirical findings have a general sense, which is why this thesis seeks to achieve other two fundamental objectives:

- Review and update the theoretical trends that are trying to give an account of the relations between tourism and the city.
- Explain the characteristics of Buenos Aires as a tourist destination.

## ***Main Results and conclusions***

At the end of the work, we think we have successfully attained wide and the objectives we set for ourselves at the top. The reasons for this assertion, it is the purpose of these concluding paragraphs.

The goals defined at the beginning of the thesis work, were:

- Conduct a study of current relations between the spaces marked by the immigration and tourism in the City of Buenos Aires
- Review and update the theoretical trends that are trying to give an account of the relations between tourism and the city
- Explain the characteristics of Buenos Aires as a tourist destination.

**Objective 1: conduct a study of current relations between the space and the tourism in the City of Buenos Aires.**

To achieve this objective, we selected three sectors of the city (**the Avenida de Mayo, La Boca, and Chinatown**), which share the characteristic of being *tourist attractions*, and of having a defined *origin migration* (migration spanish, italian, and asian, not necessarily china)

In these sectors, have been studied in various parts of this thesis, and from the dimensions *territory, consumption* and *society*, the respective migratory flows, its territorial characteristics, its tourist offer (*of attractions and services*), and comparisons were made, pointing out similarities and differences.

For having been well-characterized the tourist activity in these three sectors of the city, and well-established the current relationships between space and tourism, as an expression of the wider relations between *territory, consumption* and *society*, we understand that the overall goal has been reached.

## ***Other objectives***

But these relations between territory, consumption and society, in general, notices in relations between space and tourism in three sectors of the City of Buenos Aires, do they correspond to a local phenomenon, particular, applicable to a specific point in time, and to certain sectors geographically limited of a city of the southern cone of Latin America? Or express trends of spatial and temporal scope broader?

From this question, it is evident that to properly interpret the local phenomena, it is essential to locate them within broad frames of reference, giving the general sense to the particular empirical findings, and to establish whether we are in the presence of an isolated phenomenon, particular, or if what is seen in regard to the relations between territory, consumption and society in these three sectors of the City of Buenos Aires, represents one more example of a process of greater geographical and temporal scope.

Therefore, this thesis had two other fundamental objectives:

Objective 2: Review and update the theoretical trends that are trying to give an account of the relations between tourism and the city

Objective 3: Describe the characteristics of Buenos Aires as a tourist destination.

**Objective 2: review and update the theoretical trends that are trying to give an account of the relations between tourism and the city.**

To achieve this objective the study is abundant and varied literature.

Tourism is one of the most economic activities that grew, proportionally, in the twentieth century (or is, that explains progressively, increasingly percentage of the Gross Domestic Product of the world), and that contributed the most to create prosperity, wealth and jobs.

In the past few decades, the city has been transformed into one of the favorite destinations of tourists all over the world and from all over the world.

They are established, then the key concepts (and the relations between them), that give an account of the relationship between *tourism and city*, such as:

- City and urban transformations and metropolitan
- Globalization and globalised city
- Urban Tourism
- Postmodernism and postmodern city

Was achieved as well, to establish the current *characteristics of the major cities*, which, summarized, and from the various perspectives, are the following:

- From the plane of the *territory*, the cities have obvious physical transformations and their urban functions;
- From the *consumption*, the current city is its priority space;
- From the *society*, there are dialectical influences between changes in the society that lead to change in the cities, and changes in the cities that lead to changes in the society. These influences are summarized in the concepts of globalization and of postmodernity, which can be expressed physically, landscape perspective in the major cities current.

In the same direction, with the intention of achieving the same goal, we studied the factors that influence the development of tourism, such as:

- **Social and economic changes:** improvements in living standards and the availability of free time
- **Changes in technology, communications and transport:** the world closer
- **Cultural changes:** new valuation of consumption and leisure, linked with globalization and modernity, and the transformations of cities
- **Changes in the role of the State**
- **Changes in the image of the city and tourism:** the ways in which it is perceived the city, and as this perception influences the final choice of a destination by a tourist, and in the construction of an image as a tool of tourism planning.

In reviewing the objective 2, then, and update the theoretical trends that are trying to give an account of the relationship between tourism and the city, we can say that, nowadays, the city is the ideal scenario for the tourism and consumption.

Given that that is precisely what is evident in the three sectors of the City of Buenos Aires, is that they do not constitute exception or isolated fact: this is the local expression of a broader process and deep, Buenos Aires is included within the process of globalization and post-modernizer, and, as one of its expressions, these three geographic sectors have become privileged spaces for consumption and the tourism.

### **Objective 3: describe the characteristics of Buenos Aires as a tourist destination.**

To achieve this objective, were discussed in detail in Buenos Aires as a tourist destination, and we analyzed the spatial features and landscape that make this city a destination of tourists from all over the world, pointing out:

- The tourist offer
- The space tourism
- Tourism demand

Analyzed the tourist offer of Buenos Aires, in particular the attractive tourist (natural and cultural), and what makes the journey (or, the infrastructure and the plant tour)

We studied the places (neighborhoods), in which centralize the attractive, and therefore, the tourist activity.

And was collected and analyzed information updated on the tourism management, distinguishing between external demand and internal

Of the above, it is concluded that Buenos Aires is one of the major tourist cities of the world.

For having been exposed features of Buenos Aires as a tourist destination, we understand that it is fully achieved the goal 3 of the thesis.

### ***Conclusions of the thesis***

On the basis of the work done, we can say that by their physical characteristics, territorial, architectural, demographic, business, political, architectural, Buenos Aires is a city and postmodern globalized, and that as such, it is a destination for tourists from all over the world, which offers natural and cultural attractions of first level, that his demand, both domestic as soon as outside, it is intense and sustained, which is a privileged space for consumption, that one of its major tourist attractions is the consumption, which is a city in whose constitution have had strong influence the current migratory, that such flows have left any marks, signs, specific elements of the urban landscape and the intangible heritage, which, in some places configured enclaves: well delimited sites of intense cultural identity migration, such as **La Boca**, linked to the Italian migration, the **Avenida de Mayo**, the migration to spanish, and the **Chinatown**, to migration from the far east, enclaves that have intense tourist activity, and are closely linked with their migratory flows of Origin.

Buenos Aires is a city in which they have occurred intense and profound changes in its territorial vocation, product of the dialectical interaction between *consumption, territory, and society*: on certain territory, there was the settlement of foreign communities (migration), which gave certain uses of the territory; subsequently, that human settlement evolved, and redefined the use of the soil; following the trends post-modernizing and globalizing, such use is oriented to the consumption, and in particular, to tourism.

The tourism necessarily imply consumption: is a result of the trip itself, but, in accordance with the transformation of the postmodern society and the values that argues, consumption, sometimes, it is also a *motivation* for traveling, this new economic activity (consumption) redefines the territory and to the society.

These are the changes in the territorial vocation of Buenos Aires, which took her to be destination for migrants, to be destination for tourists.

The transformations that are taking place in cities in general and that spread rapidly with an increasing universality have also come to the City of Buenos Aires, city and peripheral of the south of Latin America, starting toward the end of the 80, and in the 90 it is clear that arise the opposites: grow neighborhoods *public* and neighborhoods *private*, the *villa miseria* (slum) and the *country club*.

Buenos Aires is a city today postmodern and globalized, but however the universalities of changes, acquired in Buenos Aires certain particularities, one of which is a perennial importance of *'the Center'* Well it is true that for a few affluent sectors, the *center* no longer remains preferred place of residence (since they were to the *Country Club*), but there are still sectors chosen as residence, as the neighborhoods of Recoleta and Puerto Madero in Buenos Aires, the *center* is still the most important place to live, and it is also the main shaft by where the tourists are moved.

In some sense, the environment was reorganized in relation to the center, which has been strengthened with Puerto Madero. At the beginning of the XX century, with the port is strengthened the central axis of the Plaza de Mayo and the **Avenida de Mayo**. Now, in the twenty-first century, with the creation of a neighborhood to the height of the dominant cultural requirements on what was a set of docks, then abandoned, and become murky, with a past of port, there is created a neighborhood, in which they live the most wealthy families from Argentina, and to arrive there the tourists.

As in the origins of the European city, Puerto Madero occupies the center of the city, and it is not a matter of the *remodeling of a port*, but that is the creation of a new neighborhood, with the characteristics of today's cities: with buildings and monuments by renowned architects, or regeneration and recovery of port areas. This new space is today one of the new postcards of Buenos Aires.

One of its major tourist attractions is the consumption, and Buenos Aires is a privileged space for consumption, and it is in the same center of the city, where they are concentrated the *shopping centers, shopping malls*, in its majority they take said demands with buildings that are part of the national heritage, own of the era of European Buenos Aires. In this, follow the trends in the shopping centers in other cities, with special attention to the tourists, the outlets are also in the *center* of the city.

Also the *center* is one of the places to stroll the majority of the tourists: walking and buy are the two main reasons for their activities.

Day and night, the center is the place for tourists, with an offer of theater performances of all genres, in spaces of first level such as the Colon Theater, the Cervantes National, several cultural complexes, etc., concentrated supply hotels, cuisine, and shopping.

But the tourist offer now is spreading, and is now located in other places, for example, Palermo, where van passing the urban transformations, and arrive tourist undertakings: new urban transformations, new spaces for tourism. Vice Versa: where is widening the tourist offer is by where you can read the new urban transformations, such as occurs in Palermo, in San Telmo.

These changes are following the models of almost all the cities that we have characterized as postmodern: emphasis on history, the identity, the reference to the past, the historical event, a certain nostalgia, and with *certificate of heritage* that in many cases this leads the national stamp, etc. It is in the city where there are innovations of urbanism, architecture and art, that you will be giving a new image, a new profile, which feed the importance assigned to the symbolic exchange and to the image: the importance of consuming in these places, is passed to live the *experience* of being in these places, to be able to tell his story and *photograph it*.

In Palermo has been built on the former, on the old houses, on the automobile workshops. In this time we can hear the hammers of the demolitions, but not all is demolished, but rather are parties to walk away, or are retained: the openings, the stairs, the floors, the adornments of the *façades*. Now will be part of the tourist offer or the offer of real estate in *lofts* and converted to icons of the new life style.

Palermo today it is a place where they have to go the tourists to walk, sit in the bars and *themed restaurants*, but also are housed in the small enclosures, *design hotels*, *boutique hotels*, etc. Is another place of consumption, for purchases: design quarter, from shoes to bars, and with special notes: a bar transforms into sometime during the day or night in a small boutique.

In Palermo we can say that it is a neighborhood that has a clear interest in becoming tourist destination, which is shown which shows the signs that a neighborhood is changing, is not only in its buildings and monuments but also in the presence of tourists.

The reinvent itself and to reorganize environment adapting them to the cultural changes that generated has another example in the neighborhood of El Abasto, in the tourist and commercial venture that took as locomotive the remodeling of an old market of the era of the European city, transformed into *shopping center* with all the environment in relation to the figure of Carlos Gardel, built a different medium than it is today one of the attractions of the city.

As well there are a number of airlines that urban element with some large equity but deteriorated or degraded have become considered conducive or potentially interesting to bring them to a recycling and incorporate it to the tourist and recreational function of the neighborhood and city.

The neighborhood of San Telmo regained much of its architectural heritage and part of it, became a function of tourism (hotels and gastronomy), in a recovery that is still in constant transformation.

Another evidence that Buenos Aires is a city already postmodern, is that the architecture and urbanism postmodern are giving as a result some urban environments constituted by iconic buildings, some of the renowned architects (such as Cesar Pelli, Calatrava, Alan Faena and Philippe Starck) that project and design in global cities, have also reached Buenos Aires with his works.

Many of these projects are the new icons of the cities; used in the tourist image, as in Buenos Aires is the case of the Puente de la Mujer (*woman's bridge*), Calatrava that includes a seal of distinction to the neighborhood of Puerto Madero.

As a tourist destination, Buenos Aires offers natural and cultural attractions of first level, between the intensely account that the tango, as intangible heritage.



The *tango* is one of the most attractive required of tourists and, like the city, he found how to recover the end that seemed to reach announced, imminent, and inevitable: a few decades ago it was almost completed the cycle of the tango, the orchestras and the tango dancers went to the history, and already the new generations do not danced, but today the tango is a factor in development, because they are set up in a resort, in an area where the entertainment, the fun, the pleasure and the consumption, in the final analysis, represent a distinctive feature, but at the same time they generate economic activity around the tango has been formed a number of economic activities, which includes the small academy, the street dancer, the *milonga* in the neighborhood of the tango, museums, orchestras, teachers, great shows, international championships, etc. The tango has been favored not only by their qualities of great boosters of the symbolic, but also of the nostalgic air own postmodern culture and if something I couldn't put the seal is its recent declaration of *world heritage*, the seal, that plus in the tourism product that gives a certain air of distinction and that acquires a symbolic value of consumption for large scale tourism.

Complete tango, complements, is the urban landscape that Buenos Aires offers the tourist postmodern, urban landscape also composed of the possibility of symbolic consumption. The tango is not a monument or a museum that is fixed in one place: to see it there is to go to many sites, and in addition, it is not merely see: you may be heard, and even more participate, and learn.

The tango is heard in the streets because it comes from the business premises, there are couples of tango dancing in the places of concentration of tourists, and also a small orchestra, a lord in imitation of *Gardel*, the tango is in the urban landscape, beyond that dancing in the premises.

Buenos Aires is a city in whose constitution have had strong influence the current migratory that have left any marks, signs, specific elements in the urban landscape and the intangible heritage, which, in some places configured enclaves: well delimited sites of intense cultural identity migration; some of these sites, are, for example **La Boca**, linked to the Italian migration, the **Avenida de Mayo**, the migration to spanish, and the Chinese quarter, to migration from the far east; the enclaves that were studied, have intense tourist activity, and are closely linked with their migratory flows of origin.

The marks, the traits inherent to the basic identity of the City of Buenos Aires are still preserving, as well as the features established and consolidated by the migratory flows throughout its history, and they distinguish to Buenos Aires from other cities.

Urban areas with some equity element of immigrant origin, important, but damaged or degraded, pass to recycle it in such a way that becomes in a well with prospects of be declared *historical heritage*, or transforms in a section devoted to recreation and leisure, as is the paradigmatic case of **La Boca** where the scene is the equity element migration.

For **La Boca** with the revaluation aesthetic, symbolic, and heritage tourism is strengthened their identity, and complement it with the postmodernist trend to the historic event. It was rehabilitated the urban landscape and recovered the history of its origins migratory, but in a scenario with new participants: *the tourists* in the past immigrants lived in the tenement houses, which are now museums of the immigrants themselves, and *atelier galleries* of art, restaurants, hotels for tourist consumption.

This is a holdover from the past in the present, a holdover from the past in the present immigrant tourist. A holdover embellished, adorned, small pieces of stories with aires nostalgic, in the tourist consumption. A reengineering of the imaginary urban, cultural identities and collective memory, a remanufacturing of **La Boca**.

An exaltation of symbols and images that gave rise to the a neighborhood can live in the imagination through the songs, of the painting (in **La Boca** tables of Quinquela), of the anecdotes, of all the stories and the story mainly tourism.

**La Boca and the Avenida de Mayo** include not only the material elements of the cultural heritage but also the immaterial dimension. In **the Avenida de Mayo** it is possible to interpret the history of the Spaniards, the corner where it found republicans and monarchists, where he slept García Lorca.

Tourism can make that what follow persist. The story tourism helps to perpetuate the immigration identity.

In **La Boca** still did not end this staging of the migrant heritage, is still working, are requests to the same neighbors that bring something of the little bits of history, a letter, a trunk, something that will help to contribute to the displays of the symbolic migration heritage and that in turn the click participate in some way from reengineering, which mobilizes the local society, that may be interested in its past by inheritance, by what is considered to be part of the individual and collective identities.

The immigrant heritage tourism product is manifested in the territorial dimension leaving unmistakable traces in the architecture and urbanism but also in the immaterial dimension. It is manifested in a cityscape full of symbolism, of identity signs. The migrant heritage is not only a set of buildings, houses, squares and monuments typical but a unique urban environment, where the identity migration, historical and cultural is consolidated in the territory and society relationship.

In the **Avenida de Mayo**, all evokes Spain: the names of the hotels, the gastronomy, the cafes, which remain a place chosen by the residents and the visitors, most of the cafes of the city corresponding to the city of immigrants, and the **Avenida de Mayo** was very important for its cafes, by its tangible and intangible heritage, by its sitting, by those who passed through its tables.

There is a desire to retrieve, and also to stimulate the visit through different actions of the agency responsible for the tourism of the city.

In **La Boca**, the space dedicated to tourism is controlled and organized, beautifies, ornaments, brilliance. You have been removed from what was considered undesirable. This wrapped in a charged air of symbolic elements, which gives him some homogeneity: the colors, the smells, textures, sounds, but the tourist also has the feeling that it is safe: there are surveillance, and it should be noted, tourists see it, there almost no people who are not tourists, and the ones that aren't are working in the local tourist. re the urban landscape retrieving not only the history but also the historical tale, with a nostalgic air own of postmodern culture.

**The Chinatown**, that unlike the other two urban spaces studied in this thesis, has no past, has the symbolism, the signs that identify is a Asian space: the **Chinatown** is a misguided in the Belgrano neighborhood, was created on another neighborhood, wants to replace the identity of the neighborhood.

To become part of the identity of a city, the migrant heritage requires (among other things), time. That time had the *spanish* and the *italian*, that are part of the identity of Buenos Aires, but that still didn't have enough Asian. The time links, amalgam cultures and nationalities in the territory and in society.

On the other hand, the **Avenida de Mayo** and **La Boca**, had its birth in cleared spaces change. In the Chinatown in a certain sense, it is a ownership of the territory of the Belgrano neighborhood, a overlap of something already existing. A new space was created with features that today are beyond the traditional Belgrano. There is a link between the territory, the consumption and the social; Asian immigrants have been grouped in the neighborhood of Belgrano and adapted a sector of the neighborhood to their way of life, charged with symbolism, with its markets, its gastronomy, its temples, its rites, its ornaments, its architectural elements representative of their culture.

The urban landscape that generate, language, customs, are very visible. Do not share the space, the overlap, and the clipped using an arc, it is not integration, is separated from: when the pedestrian passes through the arc, he knows that he is in the territory of other that inhabit the Belgrano neighborhood, which is located in a part of the neighborhood of Belgrano to which you have changed the scenario, but also gave him a new urban landscape, which transforms in tourist attraction.

One of the current differences between **La Boca** and **the Avenida de Mayo** on the **Chinatown**, is that the first two are already part of the Buenos Aires identity, but it is not (yet) the Asian district.

Buenos Aires is being transformed, but it preserves many of its features time bound, and incorporates lost parts with strong connotation heritage, which has strengthened its identifying elements, in particular connotation of strong immigration, immigration this idiosyncrasy in the territory, in society and the environment, you will probably resist many of the negative impacts of globalization.

Perhaps the evidence that something happened to be part of not only the history but also of the identity of a people, is that it has its museum, and Buenos Aires already has its *immigration museum*, located just where was the hotel of the immigrants, today national heritage, and in addition has museum of Galician Emigration, Jewish, etc., and the same neighborhood of **La Boca** musealises part of the tenement houses.

Buenos Aires is not a monument, a cathedral, which is a great tourist attraction: what attracts are urban spaces and the general atmosphere around the cafes, the unique architecture, the life and street performances, some bohemia. Only walking, sit down to eat, to take, look at the scenery. Many things happen and nothing happens. Sit under the trees leafy in bars and softdrink that at some point become fair. The studies of demand in the city of Buenos Aires say that what the majority of the tourists is *walking, walking and buy... walking and consume*, Buenos Aires can be found within walking distance, has an atmosphere where you can share with the residents, have a coffee in a coffee *porteño*, sit on the sidewalk, go out and dance in the evening, and so on, because there is something more that distinguishes to Buenos Aires, and is your offer of entertainment (theater, cinemas, etc. ) The most important theaters correspond to the *city of immigrants*, such as the Colon Theater, or The Cervantes, with international shows, or the Teatro Avenida, own of the zarzuela.

The changes that Buenos Aires becomes tourist city, also has to do with the activities and services related to the *activity tourism*, and here also Buenos Aires copy the formulas established universally: *the global in the tourism*, which is the result of changes in information technologies and telecommunications, that have allowed us to extend the field of tourist destinations by the impact of the advertising (dissemination of real images of tourist spots and imaging subjective), and in the formation of a modality of tourism *marketing* that has changed the traditional organization (individual, artisanal, nineteenth century) of travel, tourism marketing, structure of the travel agencies, massive audience, etc.

Innovation in information technology allows manage the journey through the internet: buy your ticket, make reservations for accommodations, car rental, tickets to the shows, galleries, museums, visit the city with digitized maps, see the city in real-time, etc. The management communication, advertising and marketing accelerates, about all the destinations, and the sale via the internet, the electronic commerce ( *e-business*) in its broadest sense, it allows commercial transactions in real time and liberalizing global trade in goods and services.

Buenos Aires offers which we might call tourism *products globalized: the night of the museums* (first in Germany and Spain, then in Buenos Aires); the *tourist bus*; *themed accommodation and restaurants*; *design hotels, boutique hotels*.

However, by very global it may be, Buenos Aires is also Latin America: the tourist bus hours is unknown, there are long rows to get the ticket and to await its arrival, the services are insecure in their operation, the information to the tourist is poor. This is *glocal management* of tourism: idea of global order, implementation of local order.

*Glocalization* is the articulation between the global and local, a notion that applies to the urban, but that can also be applied to tourism; for example, the tourist attractions can be glocalized spaces, there may be glocalized tourist products, as well as the tourist activities and the management of tourism.

Urban spaces glocalized, **La Boca** is a good example of urban space for tourist use: offers the neighborhood many of the characteristics of postmodern cities, but with local signs: the immigrant origin, the tango, the football.

Glocal is also, although in another sense, the woman's Bridge, the architect who designed it is one of the fashionable, but the project is something that is very local: this is a stylization of a couple dancing tango.

These projects where the local occupies are important part in the symbolism of a city that is strengthening in the identity and can continue to distinguished from other cities.

Buenos Aires is a city as a tourist destination, has attributes or represents the consumption of the symbolism, the current urban tourist also has symbolic the need to consume, consume tango, football, *Caminito* street.

Also the areas of exclusion have place for tourism in the City of Buenos Aires: the reality tour to the shantytowns, red zones, travel under the world transvestite, *Cumbia Tour*, with which the tourists can have access to a tour of poverty, malnutrition, overcrowding, the margins of human dignity and social.

In the postmodern world and global, the role of the state in relation to tourism also change: to exercise only a control surface, or a lesser audit, step to a direct intervention in investment, infrastructure, planning, promotion, etc.

Buenos Aires, since that is autonomous City, has a *Tourism Law*, no longer only *ordinances*, and is changing its role, has a tourism office, there is promotion, different signals is a reality of tourism has led to a growing acceptance of its economic and symbolic importance, in addition to its benefits economic, social, cultural, economic, environmental, etc. In the Argentine Republic, after the crisis of 2001 begins to be considered seriously to tourism as an economic activity of the first order.

The demand studies, discussed in this work, openended the negative points of Buenos Aires, its shortcomings: dirty, dangerous, however, the tourist image of Buenos Aires has already consolidated images, and other new: the obelisk, the Puente de la Mujer (*woman's bridge*), **La Boca**, tango, etc.

This regeneration of tourism is being developed in the context of the emergence of a postmodern city, in the requirements which are part of the consumption, identity, symbolism, image, but Buenos Aires, only marginally affected by globalization, continues to maintain its essential identity and identity migration heritage the tangible and intangible occupies a prominent place and at the same time serves as a basis for new tourism products enriched with the tourist story.



## ***BIBLIOGRAFÍA***





- ACERENZA, M. (1993). *Promoción turística. Un enfoque metodológico*. Editorial Trillas. México.
- ALBERDI, J. (2004). *Bases y Puntos de Partida para la Reorganización Política de la República Argentina*. Ediciones Ulrica.
- AMÉNDOLA, G. (2000). *La ciudad postmoderna*. Celeste Ediciones. Madrid.
- Anuario Estadístico (2009). Dirección General de Estadística y Censos. Ministerio de Hacienda G.C.B.A. Arte Gráfica Nesdan S.R.L. Buenos Aires.
- BAILY, S. (1988). "Cadenas migratorias de italianos a la Argentina: algunos comentarios". *Estudios Migratorios Latinoamericanos*. Revista N°8. Pp. 125-135.
- BALLART HERNÁNDEZ, J. (1997). *El patrimonio histórico y arqueológico: valor y uso*. Editorial Ariel. Madrid.
- BARELA, L. (2007). En *Buenos Aires Gallega, Inmigración, Pasado y Presente*. Temas de Patrimonio Cultural N°20. Comisión para la Preservación del Patrimonio Cultural de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.
- BAUDRILLARD, J. (1998). *Cultura y simulacro*. Quinta edición. Editorial Kairós. Barcelona.
- BEERLI PALACIO, A; MARTIN SANTANA J. y Gil, S. (2003). *Los Agentes que Conforman la Imagen de los Destinos Turísticos*. En Simposio internacional de turismo y ocio. ESADE- CEDTI.
- BENKO, G. (2000). "Estrategias de comunicación y marketing urbano". *Revista EURE*. Vol.26. N°79. Pp.67-76.
- BERGER, J.; HARVEY, D. (2007). *Boulevard central*. Editorial Edhasa. Buenos Aires.
- BIGNÉ ALCANIZ, E.; FONT AULET, X. y ANDREU SIMÓ, L. (2000). *Marketing de destinos turísticos*. Editorial Esic. Barcelona.
- BOGADO BORDAZAR, L. (2003). *Migraciones Internacionales: Influencia de la Migración China en Argentina y Uruguay*. Serie Tesis. Edición Instituto de Relaciones Internacionales de la Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales de la Universidad Nacional de La Plata.
- BORJA, J. (2003). *La ciudad conquistada*. Alianza Editorial. Madrid.
- BORJA, J. (2007). "Revolución y contrarrevolución en la ciudad global: las expectativas frustradas por la globalización de nuestras ciudades". *Revista EURE*. Vol. XXXIII. N°100. Pp.35-50.

- BORJA J. y CASTELLS. M. (1997). **Local y Global. La gestión de las ciudades en la era de la información**. Editorial Taurus. Madrid.
- BOTO ÁLVAREZ, L. (Coordinador) (2002). **El turismo en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Proyecto de Gestión**. Corregidor. Buenos Aires.
- BOUDÉ, G. (1977). **Buenos Aires: Urbanización e Inmigración**. Ediciones Huemul. Buenos Aires.
- BOULLÓN, R. (1994). **Planificación del Espacio Turístico**. Editorial Trillas. México.
- BOULLÓN, R.; MOLINA, S.; RODRÍGUEZ WOOG, M. (1993). **Un nuevo tiempo libre**. Editorial Trillas. México.
- BOURDIEU, P. (1972). **Esquisse d'une theorie de la pratique**. Droz, Genève, Paris.
- BRANDIS, D.; DEI RÍO I. (1995). "Turismo y medio ambiente de la ciudad histórica". **Anales de Geografía de la Universidad Complutense de Madrid**. Homenaje al profesor D. Joaquín Bosque Maurel. Pp.157 167.
- BULLS, A. (1994). **La economía del sector turístico**. Alianza Editorial. Madrid.
- CAPEL, H. (1996). "La rehabilitación y el uso del patrimonio histórico industrial". **Documents d'Anàlisi Geogràfica**. Universidad de Autònoma de Barcelona. N°29. Pp. 19-50.
- CARRERRAS I VERDAGUER, C. (1995). "Los nuevos espacios del consumo en Barcelona". **Revista de Geografía**. Vol. XIX. N° 2. Pp. 69-77.
- CASTELLS, M. (1989). **La ciudad informacional**. Alianza Editorial. Madrid.
- CAZEZ, G. (1998). **La renovación del turismo urbano. Problemática de investigación**. En Turismo urbano y patrimonio cultural. Una perspectiva europea. Sevilla. Diputación de Sevilla.
- Centro de Documentación Municipal de Buenos Aires. (1980). *Serie bibliográfica Ciudad de Buenos Aires*. CEDOM.
- CEBRIAN ABELLAN, F., PILLET CAPDEPON F, CARPIO MARTIN, J. (2010). **Las escalas de la geografía: del mundo al lugar**. Ediciones de la Universidad de Castilla La Mancha.
- CICCOLELLA, P. (1999). "Globalización y dualización en la Región Metropolitana de Buenos Aires: Grandes inversiones y reestructuración socioterritorial en los años noventa". **Revista EURE**. Vol.25, N° 76. Pp.5-27.
- CUTOLO, V. (1998). **Historia de los Barrios de Buenos Aires**. Editorial Elche. Buenos Aires.
- DE CRISTÓFORIS, N. (2005). "Perspectivas demográficas y económicas de las migraciones regionales" *La revitalización de las migraciones de gallegos y*

asturianos a Buenos Aires, luego de las guerras de independencia: tendencias y problemas". **Estudios Migratorios Latinoamericanos**. Revista N°58. Pp. 531-564.

DE CRISTOFORIS, N y FERNANDEZ, A. (2008). (eds.), **Las migraciones españolas a la Argentina. Variaciones regionales (siglos XIX y XX)**. Editorial Biblos. Buenos Aires.

DE MATTOS, C. (2001). "Metropolización y suburbanización". **Revista EURE**. Vol. 27. N° 80. Pp.5-8.

DE MATTOS, C. (2002). "Transformaciones de las ciudades latinoamericanas. ¿Impactos de la globalización?". **Revista Eure**. Vol. 27. N° 85. Pp.5-10.

DEVOTO, F. (1988). "Las cadenas migratorias italianas: algunas reflexiones a la luz del caso argentino". **Estudios Migratorios Latinoamericanos**. Revista N°8. Pp.103-123.

DEVOTO, F. (1989). "Políticas migratorias argentinas y flujo de población europea (1876-1925)". **Estudios Migratorios Latinoamericanos**. Revista N°11. Pp.135-158.

DEVOTO, F. (1992) **Movimientos migratorios: historiografía y problemas**. Centro Editor de América Latina. Buenos Aires.

DEVOTO, F. (2003) **Historia de la Inmigración en la Argentina**. Editorial Sudamericana. Buenos Aires.

DEVOTO, F. (2006) **Historia de los Italianos en la Argentina**. Editorial Biblos. Buenos Aires.

DEVOTO, F. y ROSOLI, G. (1985) **La Inmigración Italiana en la Argentina**. (2º edición aumentada) Editorial Biblos. Buenos Aires.

DE ROSA, L. (1985) **Emigrantes Italianos, Bancos y Remesas el caso Argentino**. En Devoto, F. y Rosoli, G. **La inmigración italiana en la Argentina**. (2º edición aumentada) Editorial Biblos. Buenos Aires.

FAVERO, L. (1985). **Las Escuelas de las Sociedades Italianas en Argentina (1860-1914)** En Fernández, A.; Moya, J. (1999) (Editores). **La Inmigración Española en la Argentina**. Editorial Biblos. Buenos Aires.

FERNÁNDEZ, A. (1987). "Patria y cultura. Aspectos de la acción de la elite española de Buenos Aires (1890-1920)". **Estudios Migratorios Latinoamericanos**. Revista N°6. Pp. 291-307.

FERNÁNDEZ, A. (2004). **Un "mercado étnico" en el Plata. Emigración y exportaciones españolas a la Argentina, 1880-1935**. (Colección Biblioteca de Historia de América). CSIC. Madrid.

- FERNÁNDEZ GUEL, J. (2000). **Planificación Estratégica de Ciudades**. (2ª edición). Editorial Gustavo Gili, SA. Barcelona.
- FERRER, A. (1988). **El capitalismo argentino**. Fondo de cultura económica. Buenos Aires.
- FRID, C. (2005). "Perspectivas regionales de las migraciones españolas e italianas al Cono Sur, siglos XVIII a XX". **Estudios Migratorios Latinoamericanos**. Revista N° 58. Pp. 435-437.
- FRIDGEN, J. (1987). "Use Cognitive Maps to Determine Perceived Tourism Region". **Leisure Sciences**. Vol. 9. Pp.101-117.
- GALLARZA, M. G.; Gil. I. y Calderón, H. (2002). "Destination Image. Towards a Conceptual Framework". **Annals of Tourism Research**. Vol. 29. N° 1. Pp.56-78.
- GÁNDARA, J. (2000). **La imagen de calidad ambiental urbana como atractivo turístico. El caso de Curitiba. Brasil**. En Estudios y Perspectivas en Turismo. Centro de Investigaciones y Estudios. Buenos Aires.
- GANDOLFO, R. (1991). "Inmigrantes y política en Argentina: La Revolución de 1890 y la campaña en favor de la naturalización automática de residentes extranjeros". **Estudios Migratorios Latinoamericanos**. Revista N°17. Pp. 23-55.
- GARCÍA BALLESTEROS, A. (coord.) (1995). Geografía Urbana-1. **La ciudad objeto de estudio pluridisciplinar**. Oikos-tau; Barcelona.
- GARCÍA BALLESTEROS, A. (1998). "Nuevos espacios de consumo y exclusión social". **Anales de Geografía de la Universidad Complutense**. N° 18. Pp. 47-63.
- GARCÍA BALLESTEROS, A. (2000). "El espacio social del consumo en la cultura de la posmodernidad". **Estudios Geográficos**. Tomo LXI. N° 238. Pp. 27-47.
- GARCÍA CANCLINI, A. (1992). **Culturas Híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad**. Editorial Sudamericana. Buenos Aires.
- GARCÍA CANCLINI, A. (1995). **Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización**. Editorial Grijalbo. México.
- GARCÍA CANCLINI, A. (1999). **La globalización imaginada**. Ediciones Paidós. Buenos Aires.
- GENOVESE, A. (2007). **Filete Porteño**. Comisión para la Preservación del Patrimonio Histórico Cultural de la Ciudad de Buenos Aires.
- GERMANI, G. (1966). **Política y Sociedad en una época en transición. De la sociedad tradicional a la sociedad de masas**. Ediciones Paidós. Buenos Aires.

- GRAHAM, S. y MARVIN, S. (2001). ***Splintering Urbanism: Networked Infrastructure, Technological Mobilities and the Urban Condition***. New York. Routledge.
- GRANADOS CABEZAS, V. (1998). ***La creación de un producto turístico. La ciudad a partir de la planificación estratégica urbana***. En ***Turismo urbano y patrimonio cultural. Una perspectiva europea***. Diputación de Sevilla. Sevilla.
- GRUPO ADUAR. (2000). ***Diccionario de Geografía Urbana, Urbanismo y Ordenación del Territorio***. Ariel Referencia.
- GUARIGLIO, M. (2000). "A propósito de la legislación sobre el patrimonio histórico cultural". En ***Nuevas perspectivas del patrimonio histórico cultural. Temas de Patrimonio Cultural Nº1***. Comisión para la Preservación del Patrimonio Cultural de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Pp. 95-101.
- GUERRA ZAMPONI, C. (2010). ***La Diáspora China***. Materiales de Conferencias, Seminarios y Reuniones de Trabajo Nº6. Consejo Argentino para las Relaciones Internacionales. Disponible en Internet [www.cari.org.ar/pdf/mcsrt6.pdf](http://www.cari.org.ar/pdf/mcsrt6.pdf).
- GUIA ANUAL. (2008). ***Congresos y Convenciones***. Grupo Editores de Ferias y Congresos. República Argentina.
- GUNN, C. (1988). ***Vacationscape. Designing Tourist Regions***. Van NostrandREINHOLD. (2º edición). New York.
- HANNERZ, U. (1998). ***Conexiones transnacionales***. Cátedra Unirsitat de Valencia. Frónesis. Madrid.
- HANNIGAN, J. (1998). ***Fantasy city. Pleasure and profit in the postmodern metropolis***. Londres. Routledge.
- HARVEY, D. (1990). ***La condición de la posmodernidad. Investigación sobre los orígenes del cambio cultural***. Amorroutu Editores.
- HARVEY, D. (2006). ***Los espacios del capitalismo global***. Revista Espacios. Facultad de filosofía y letras de la Universidad de Buenos Aires.
- HASSAN, I. (1985). ***The cultura of posmodernism. In Modernism: Challenges and Perspectives***. Eds. Monique Chedfor, Ricardo Quinones and Albert Wachtel.
- HOBBSAWM, E. (1996). ***Historia del Siglo XX***. Crítica Grijalbo. Barcelona.
- ICOMOS. (1999). ***Carta Internacional sobre Turismo Cultural. La Gestión del Turismo en los sitios con Patrimonio Significativo***.
- INDEC. (1991). ***Censo Nacional de Población y Viviendas 1991***. Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, Ministerio de Economía. Buenos Aires.
- INDEC. (2001). ***Censo Nacional de Población, Hogares y Viviendas 2001***. Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, Ministerio de Economía. Buenos Aires.

- INDEC. (2010). *Censo Nacional de Población, Hogares y Viviendas 2001*. Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, Ministerio de Economía. Buenos Aires.
- INSTITUTO HISTORICO DE LA CIUDAD DE BUENOS AIRES (1981). ***Manual informativo de la Ciudad de Buenos Aires***. Instituto Histórico de la Ciudad de Buenos Aires. Buenos Aires.
- JAMESSON, F. (1995). ***El posmodernismo o la lógica cultural del capitalismo avanzado***. (1º reimpresión). Ediciones Paidós. Barcelona.
- JENCKS, Ch. (1981). ***El lenguaje de la Arquitectura Posmoderna***. Editorial Gustavo Gili S. A. Barcelona.
- JIMENEZ BLASCO, B. (1989). La movilidad residencial intraurbana. ***Anales de Geografía de la Universidad Complutense***. N°9. Pp.271-277.
- JIMENEZ BLASCO, B. y REDONDO GONZALEZ, A. (2006). Inmigración y mercado laboral: aproximación a su estudio en la comunidad de Madrid. ***Anales de Geografía de la Universidad Complutense***. N°26. Pp.283-295.
- JOHNSON, J. (1980). ***Geografía Urbana***. Ediciones Oikos-tau. S.A. Barcelona.
- JUDD, D. (2003). "El turismo urbano y la geografía de la ciudad". ***Revista EURE***. Vol.29. N°87. Pp. 51-62.
- KIM, H. y RICHARDSON, S. (2003). Motion Picture Impacts on Destination Images". ***Annals of Tourism Research***. Vol. 30. N°1. Pp. 216-237.
- KOTLER, P. (1994). ***Mercadotecnia***. Prentice Hall hispanoamericana S.A. México.
- KOTLER, P.; HAIDER, D.; REIN, I. (1994). ***Mercadotecnia de localidades. Cómo atraer inversiones, industrias y turismo a ciudades, regiones, estados y países***. Editorial Diana. México.
- LARA VALLE, J. (2002). ***El patrimonio urbano del siglo XXI. Políticas y estrategias sobre el patrimonio integral urbano***. Departamento de Geografía Humana. Universidad de Granada.
- LEISEN, B. (2001). "Image Segmentation. The Case of a Tourism Destination". ***Journal of Services Marketing***. Vol. 15. N°1. Pp. 49-66.
- LEPORE, S. (1989). "Migración italiana y política migratoria argentina, (1976-1989)" ***Estudios Migratorios Latinoamericanos***. Revista N°11. Pp.159-178.
- LICKORISH L.; JENKINS, C. (2000). ***Una introducción al turismo***. Editorial Síntesis. Madrid.
- LÓPEZ, E. (Coordinadora) (2003). ***Palermo Viejo. Transformaciones económicas territoriales: de los talleres mecánicos a la gastronomía y los***

**locales especializados en prendas de Vestir y en objetos de decoración y diseño. 1993-2002.** CEDEM.

LUNA, F. (1993, a). **ARGENTINA SE HIZO ASI.** Tomo I: *Los humildes orígenes.* Agrupación de Diarios del Interior S.A. (ADISA).

LUNA, F. (1993, b). **ARGENTINA SE HIZO ASI.** Tomo VI: *La formación institucional.* Agrupación de Diarios del Interior S.A. (ADISA).

LYOTARD, J. (1992). **La posmodernidad, explicada para niños.** Editorial Gedida. Barcelona.

LLORDEN MIÑAMBRES, M. (1994). "La acción mutuo-social de las sociedades españolas de emigrantes: una explicación histórica del hecho". **Estudios Migratorios Latinoamericanos.** Revista N°28. Pp. 597-615.

MARCHENA, M. (1995). "El turismo metropolitano. Una aproximación conceptual". **Revista Estudios Turísticos** N°126. Pp. 7-21.

MARCHENA, M. (1998). **Patrimonio y Ciudad. Nuevos escenarios de promoción y gestión del turismo urbano europeo.** Universidad de Sevilla.

MÉNDEZ, R. (2007). "El territorio de las nuevas economías metropolitanas". **Revista EURE.** Vol. 33. N°100. Pp. 51-67.

MOLINA IBÁÑEZ, M. (1985). "Evolución de la población mundial: el modelo de transición demográfica". **Geographica.** N°25 Pp. 77-116.

MOLINA IBÁÑEZ, M. (1997). "Importancia del espacio en la economía global". **Revista del Instituto de Estudios Económicos.** N°1-2 Pp. 131-145.

MOLINA IBÁÑEZ, M. (2000). "Reflexiones sobre algunos efectos de la economía global". **Lecturas Geográficas:** homenaje a José Estébanez Álvarez. Vol. 2. Pp. 1469-1478.

MOLINA IBÁÑEZ, M. (2002). "Madrid, Metrópoli Global". **Anales de Geografía de la Universidad Complutense.** Vol. Extraordinario. Pp. 349-356.

MOLINA, M.; HERNANDO, F. y FARRIS, M. (2009). "Dimensión territorial de la globalización económica". **Anales de Geografía de la Universidad Complutense** Vol. 29. N°1. Pp. 57-89.

MONTANER, B. (2008). **Guías de Arquitectura Latinoamérica: Buenos Aires.** 1º Edición. Arte Gráfico Editorial Argentina. Buenos Aires.

MOYA, J. (1986). "Notas sobre las fuentes para el estudio de la inmigración española en Buenos Aires". **Estudios Migratorios Latinoamericanos.** Revista N°4. Pp. 497-503.

MOYA, J. (1989). "Parientes y extraños: actitudes hacia los inmigrantes españoles en la Argentina en el siglo XIX y comienzos del siglo XX". **Estudios Migratorios Latinoamericanos.** Revista N°13. Pp. 499-523.



- MOYA, J. (1999) (Editores). **La Inmigración española en la Argentina**. Editorial Biblos.
- MUSCAR BENASAYAG, E., CEBRIAN DE MIGUEL, J. (2002). “Estudio comparativo de la madrileña **Avenida de Mayo** y la porteña Gran Vía”. **Anales de Geografía de la Universidad Complutense**. Vol. Extraordinario. Pp. 367-376.
- NÚÑEZ SEIXAS, X. (1994). “Las remesas invisibles. Algunas notas sobre la influencia socio-política de la emigración transoceánica en Galicia, (1890-1930)”. **Estudios Migratorios Latinoamericanos**. Revista N°27. Pp. 301-346.
- NÚÑEZ SEIXAS, X. (1999). **Asociacionismo Local y Movilización Sociopolítica: nota sobre los gallegos en Buenos Aires**. En Fernández, A.;
- NÚÑEZ SEIXAS, X. (2001). “Historiografía española reciente sobre migraciones ultramarinas: un balance y algunas perspectivas”. **Estudios Migratorios Latinoamericanos**. Revista N° 48. Pp. 269-296.
- NÚÑEZ SEIXAS, X. (2007). “Un Panorama Social de la Inmigración Gallega en Buenos Aires, 1750-1930. Buenos Aires Gallega, Inmigración, Pasado y Presente”. En **Temas de Patrimonio Cultural N°20**. Comisión para la Preservación del Patrimonio Cultural de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Pp. 23-25.
- ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO. (1998). **Introducción al turismo**. Organización Mundial del Turismo. Madrid.
- PARDO ABAD, C. (2004). La reutilización del patrimonio industrial como recurso turístico. Aproximación geográfica al turismo industrial. **Treballs de la Societat Catalana de Geografia N° 57**. Pp 7-32.
- PEARCE, P. (1982). “Perceived Changes in Holiday Destinations”. **Annals of Tourism Research**. Vol. 9. Pp. 145-164.
- PÉREZ SIERRA, C. (2002). “Algunos estereotipos sobre la inmigración. El ejemplo de Madrid”. **Anales de Geografía de la Universidad Complutense**. Vol. Extraordinario. Pp. 387-398.
- PHELPS, A. (1986). “Holiday Destination Image -the Problem of Assessment-. An Example Developed in Menorca”. **Tourism Management**. Pp. 168-180.
- PLAN DE MARKETING DE LA CIUDAD DE BUENOS AIRES. (2007). Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires.
- PRATS, L. (1997). **Antropología y patrimonio**. Ariel Antropología. Barcelona.
- REINOSO, S. (2005). **Reality Tour a la Indignidad**. Diario La Nación, Buenos Aires, 5 de junio de 2005.

- ROMERO, L. (2001). **Breve Historia Contemporánea de la Argentina**. Fondo de Cultura Económica de Argentina, S.A. Buenos Aires.
- ROMERO, J. (2004). **Breve Historia de la Argentina**. Quinta edición aumentada. Fondo de Cultura Económica de Argentina, S.A. Buenos Aires.
- RUIZ OLABUÉNAGA, J. (1999). **Metodología de la investigación cualitativa**. Segunda edición. Universidad de Deusto.
- SAN MARTÍN GUTIÉRREZ, H. (2005). **Estudio de la imagen del destino turístico y el proceso global de satisfacción. Adopción de un enfoque integrador**. Tesis doctoral. Universidad de Cantabria.
- SANCHEZ, G. "La comunidad china en el país se duplicó en los últimos cinco años". **Diario Clarín**. Buenos Aires, 27 de setiembre de 2010.
- SANTOS, M. (1993). "Los espacios de la globalización". **Anales de Geografía de la Universidad Complutense**. N°13. Ejemplar dedicado a: Homenaje a Jesús Muñoz Muñoz). Pp. 69-77.
- SANTOS, M. (1996). **De la totalidad al lugar**. Editorial Oikos-Tau. Barcelona.
- SANTOS, M. (2000). **La naturaleza del espacio: técnica y tiempo, razón y emoción**. Editorial Ariel.
- SASSANO, S. (2001). "Transformación de un espacio urbano: el caso del Mercado de Abastos de Buenos Aires". **Anales de Geografía de la Universidad Complutense**. N° 21. Pp. 99-118.
- SASSEN, S. (1999). **La ciudad global**. Nueva York. Londres. Tokio. Editorial Eudeba. Buenos Aires.
- SASSEN, S. (2003). **Los espectros de la globalización**. Fondo de cultura económica. Buenos Aires.
- SERRA BRADFORD, M. (2007). **Composición de lugar**. Un diálogo con John Bergen, en BERGER, J.; HARVEY, D. (2007). **Boulevard central**. Editorial Edhasa. Buenos Aires.
- SOLA, E. (2008). **Posmetrópolis. Estudios críticos sobre las ciudades y las regiones**. Traducción Hendel, V. y Cifuentes, M. Edición Traficantes de Sueños. Madrid.
- SOLSONA, J. y HUNTER, C. (1990). **La Avenida de Mayo: Un proyecto inconcluso**. Facultad de Arquitectura y urbanismo de la Universidad de Buenos Aires. Librería Técnica.
- SORI, E. (1985). **Las Causas Económicas de la Emigración Italiana entre los siglos XIX y XX**. En Devoto, F. y Rosoli, G. **La Inmigración Italiana en la Argentina**. (2º edición aumentada). Editorial Biblos. Buenos Aires.

STURINO, F. (1988). "Emigración italiana: reconsideración de los eslabones de la cadena migratoria". **Estudios Migratorios Latinoamericanos**. Revista N°8. Pp. 5-25.

TELLA, G.; DE LA FUENTE, F.; DIETRICH, P.; BLANCO M.; GONZÁLEZ, M. (2000). **Acerca de la cuestión Post-Urbana: modalidades de apropiación reciente del espacio metropolitano de Buenos Aires**. Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo Universidad Nacional de Buenos Aires. Ponencia presentada al Segundo Encuentro Internacional Humboldt. Mar del Plata. Disponible en Internet: <http://www.elistas.net/ml/136/777667/dpobf3hpw3bshttp>

TORRES, H. (2000). "Cambios socio territoriales en Buenos Aires durante la década de 1990". **Revista EURE**. Vol. 27. N°80. Pp. 33-56.

TOTO, C., MORONE, L., ESTÉVEZ, C. (2001). **Monumentos y obras de arte en el espacio público de la Ciudad de Buenos Aires**. Comisión para la Preservación del Patrimonio Cultural de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Imprenta del G.C.B.A. Buenos Aires.

TROITIÑO VINUESA, M. (2002). "Aranjuez: patrimonio cultural, recuperación urbana y turismo". **Anales de Geografía de la Universidad Complutense**. Vol. Extraordinario. Pp. 495-518.

TROITIÑO VINUESA, M. (2003, a). "La Protección, Recuperación y Revitalización funcional de los Centros Históricos". En **Mediterráneo Económico**. N°3. Pp. 131-160.

TROITIÑO VINUESA, M. (2003, b). "Patrimonio cultural: valorización económica y reutilización funcional". **Culturnova**. Jornadas de gestión cultural. La Palma.

TROITIÑO VINUESA, M. (2003, c). "Ciudades Históricas y Turismo Sostenible". **Rev. A Distancia**. N°1. Vol. 21. Pp. 47-51.

TROITIÑO VINUESA, M. (2006). **Centros históricos: nuevos procesos y actividades económicas: turismo y estrategias de cualificación y dinamización. Plan y gestión urbanística en la rehabilitación de los centros históricos**. FEMP. Cuenca.

TROITIÑO VINUESA, M. (2007). "Estrategias Sostenibles en Destinos Patrimoniales". De la Promoción a la gestión integrada e innovadora". **Estudios Turísticos**. N° 172. Pp. 225-232.

VALENZUELA RUBIO, M. (2003). "Turismo y patrimonio utilitario. El discreto encanto decadente". En Valenzuela, Rubio, (Coordinador). Un mundo por descubrir en el siglo XXI. **Real sociedad geográfica**. Madrid. Pp. 401- 437.

- VALENZUELA RUBIO, M. (2008). La valorización turística del patrimonio minero en entornos rurales desfavorecidos. Actos y experiencias. **Cuadernos de Turismo N° 22**. Pp. 231-260. Universidad de Murcia.
- VALLS, J. (1992). **La imagen de marca de los países**. Editorial McGraw-Hill. Madrid.
- VALLS, J. (1996). **Las claves del mercado turístico. Como competir en el nuevo entorno**. Ediciones Deusto S.A. Bilbao.
- VELTZ, P. (1999). **Mundialización, ciudades y territorios**. Editorial Ariel. Barcelona.
- VERA, J. y DAVILA, J. (1995). "Turismo y Patrimonio Histórico-Cultural". **Revista Estudios Turísticos**. N°126. Madrid.
- VERA J. (Coordinador), López P., Marchena M., Antón S. (1997). **Análisis territorial del turismo. Una nueva geografía del turismo**. Editorial Ariel. S.A. Barcelona.
- URRY, J., (1990). **The tourist gaze. Leisure and travel in contemporary societies**. Sage. Londres.
- YAÑEZ GALLARDO, C. (1989). "Argentina como país de destino. La emigración española entre 1860 y 1930". **Estudios Migratorios Latinoamericanos**. Revista N°13. Pp. 467-497.
- ZUZEK, C. (2004). **Identidad y Aculturación: el caso de los inmigrantes taiwaneses jóvenes**. Tesis. IDCISO Instituto de investigación en Ciencias Sociales. Facultad de Ciencias Sociales. Universidad del Salvador. Buenos Aires.

## ***Direcciones de fuentes electrónicas consultadas***

Área Cultura. Secretaria de Cultura. G.C.B.A.

[www.buenosaires.gov.ar/areas/cultura/](http://www.buenosaires.gov.ar/areas/cultura/).

Áreas Desarrollo Urbano. Planeamiento y transporte. G.C.B.A:

[www.buenosaires.gov.ar/areas/planeamiento\\_obras/](http://www.buenosaires.gov.ar/areas/planeamiento_obras/)

Área Legal y técnica. G.C.B.A.: [www.buenosaires.gov.ar/areas/leg\\_tec/](http://www.buenosaires.gov.ar/areas/leg_tec/)

Asociación Amigos de la Avenida de Mayo: [www.avenidademayo.org.ar](http://www.avenidademayo.org.ar)

Asociación Chino-Argentina: [www.Chino-argentina.org.ar](http://www.Chino-argentina.org.ar)

Asociación de vecinos del Barrio de La Boca: [www.avelaboca.org.ar](http://www.avelaboca.org.ar)

Asociación de Milongas. Ciudad de Buenos Aires.

<http://www.asocdemilongas.com.ar/>

Atlas Ambiental de Buenos Aires. G.C.B.A.: [www.atlasdebuenosaires.gov.ar](http://www.atlasdebuenosaires.gov.ar)

Cámara Argentina de Shopping Centers: [www.casc.org.ar](http://www.casc.org.ar)

Cámara de Casas de Tango y Música Popular. Ciudad de Buenos Aires:

[www.camaradetangos.com](http://www.camaradetangos.com)

La cámara de autoservicios y supermercados propiedad de residentes chinos:

[www.casrech.com](http://www.casrech.com)

Centro de Estudios Migratorios Latinoamericanos (CEMLA): [www.cemla.com/](http://www.cemla.com/)

Centro de Estudios para el Desarrollo Metropolitano. (CEDEM), G.C.B.A.:

[www.cedem.org.ar](http://www.cedem.org.ar)

Ciudades del Mercosur. MERCOSUR cultural: [www.cultura.gov.br/mercosur](http://www.cultura.gov.br/mercosur)

Comisión de vecinos de la Calle Irala y Adyacencias:

[www.vecinosdeirala.freesevers.com](http://www.vecinosdeirala.freesevers.com)

Comisión para la Preservación del Patrimonio Histórico cultural G.C.B.A.:

[www.buenosaires.gov.ar/areas/cultura/cpphc/](http://www.buenosaires.gov.ar/areas/cultura/cpphc/).

Comisión Nacional de Regulación del Transporte. Ministerio de Planificación Federal, Inversión Pública y Servicios. Secretaria de Transporte:

[www.cnrt.gov.ar](http://www.cnrt.gov.ar)

Comisión Nacional de Monumentos y Lugares Históricos.

Secretaria de Cultura de la Nación. Presidencia de la Nación:

[www.monumentosysitios.gov.ar/](http://www.monumentosysitios.gov.ar/)

Comisión para la Preservación del Patrimonio Histórico Cultural. G.C.B.A.:

[www.buenosaires.gov.ar/areas/cultura/cpphc/index.php?menu\\_id=14921](http://www.buenosaires.gov.ar/areas/cultura/cpphc/index.php?menu_id=14921)

Consejo Internacional de Monumentos y Lugares Históricos (ICOMOS):

<http://www.icomos.org/>

Corporación Buenos Aires Sur: [www.cbass.gov.ar/](http://www.cbass.gov.ar/).

Dirección General del Casco Histórico. Plan de manejo. G.C.B.A.  
[www.buenosaires.gov.ar/areas/cultura/casco/plandemanejo/](http://www.buenosaires.gov.ar/areas/cultura/casco/plandemanejo/).

Dirección General Centro Documental de Información y Archivo Legislativo (CEDOM) G.C.B.A.: [www.cedon.gov.ar](http://www.cedon.gov.ar)

Desarrollo Urbano. Unidad ejecutora La Boca. Programa de recuperación Urbanística y ambiental del Barrio de La Boca. G.C.B.A.:  
[www.gob.ar/planeamiento\\_obras/unidad\\_laboca/](http://www.gob.ar/planeamiento_obras/unidad_laboca/)

Dirección de Deportes. G.C.B.A.: [www.bue.gov.ar/actividades/](http://www.bue.gov.ar/actividades/)

Directorio de Museos Argentinos: [www.museosargentinos.org.ar/](http://www.museosargentinos.org.ar/)

Dirección General de Estadísticas y Censos. G.C.B.A.:  
[www.estadistica.buenosaires.gob.ar](http://www.estadistica.buenosaires.gob.ar)

Fiestas, Celebraciones, Conmemoraciones y Rituales. Ficha Etnográfica de las fiestas del Barrio de La Boca, y Barrio Chino. G.C.B.A.:  
[www.buenosaires.gov.ar/areas/cultura/cpphc/fcyr/](http://www.buenosaires.gov.ar/areas/cultura/cpphc/fcyr/)

Festivales de Buenos Aires. Ministerio de Cultura. G.C.B.A.:  
[http://www.festivales.gov.ar/?menu\\_id=337](http://www.festivales.gov.ar/?menu_id=337)

Instituto Nacional de Estadística y Censos. (INDEC): [www.indec.mecon.ar/](http://www.indec.mecon.ar/)

Guía de Bares Notables. G.C.B.A.:  
[www.bue.gov.ar/actividades/index.php?buscar=1&info=bares&menu\\_id=74](http://www.bue.gov.ar/actividades/index.php?buscar=1&info=bares&menu_id=74)

Guía de Compras. G.C.B.A.:  
[www.bue.gov.ar/actividades/index.php?menu\\_id=102&info=compras](http://www.bue.gov.ar/actividades/index.php?menu_id=102&info=compras)

Guía de Tango. Turismo. G.C.B.A.: <http://www.bue.gov.ar/actividades>

La Noche de los Museos. Dirección General de Museos. Ministerio de Cultura. G.C.B.A.: [www.lanochedelosmuseos.gob.ar](http://www.lanochedelosmuseos.gob.ar)

Portal oficial de Turismo. G.C.B.A.: <http://www.bue.gov.ar>

Ministerio de Cultura. G.C.B.A.: <http://www.buenosaires.gov.ar/areas/cultura/>

Movimiento Vecinal para el Resurgimiento de La Boca del Riachuelo:  
[www.resurgimientodelaboca.unlugar.com](http://www.resurgimientodelaboca.unlugar.com)

Museos de Buenos Aires. Dirección General de Museos. G.C.B.A.:  
<http://www.museos.buenosaires.gov.ar>

Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO): [www.portal.unesco.org/es](http://www.portal.unesco.org/es)

Organización Mundial del turismo (OMT): [www.unwto.org/](http://www.unwto.org/)

Página web del Arquitecto Santiago Calatrava: [www.calatrava.com](http://www.calatrava.com)

Página web del Arquitecto Philip Johnson:  
[www.Archiplanet.org/architects/Philip\\_Johnson](http://www.Archiplanet.org/architects/Philip_Johnson)

Página web del Arquitecto Richard Rogers: [www.richardrogers.co.uk/](http://www.richardrogers.co.uk/)

Página web del Arquitecto Arata Sozaki: [www.aratiasozaki.org](http://www.aratiasozaki.org)

Página web del Arquitecto Norman Foster: [www.fosterandpartners.com](http://www.fosterandpartners.com)

Página web del Arquitecto Cesar Pelli: [www.cesar-pelli.com](http://www.cesar-pelli.com)

Página web del Arquitecto Frank Gehry:  
[http://architects.greatbuildings.com/Frank\\_Gehry.html](http://architects.greatbuildings.com/Frank_Gehry.html)

Página web del Arquitecto Michael Graves: [www.michaelgraves.com](http://www.michaelgraves.com)

Página web del Arquitecto Robert Stern: [www.ramsa.com/](http://www.ramsa.com/)

Portal oficial del Tren de la Costa: [www.trendelacosta.com.ar](http://www.trendelacosta.com.ar)

Portal oficial del Parque Tierra Santa: [www.tierrasanta-bsas.com.ar](http://www.tierrasanta-bsas.com.ar)

Portal Barrios de Buenos Aires. Ciudad de Buenos Aires: [www.barriada.com.ar](http://www.barriada.com.ar)  
(Sitio declarado de interés turístico de G.C.B.A.)

Portal oficial del Bus turístico de la Ciudad de Buenos Aires:  
[www.buenosairesbus.com/](http://www.buenosairesbus.com/)

Patrimonio e Instituto Histórico. Ministerio de Cultura.G.C.B.A.:  
[www.buenosaires.gov.ar/areas/cultura/patrimonio\\_instituto\\_historico](http://www.buenosaires.gov.ar/areas/cultura/patrimonio_instituto_historico)

Patrimonio y Museos. Secretaria de Cultura de la Nación:  
[www.cultura.gov.ar/direcciones/](http://www.cultura.gov.ar/direcciones/)

Relaciones Internacionales. G.C.B.A.: Publicación 8 de julio del 2009.  
[www.buenosaires.gov.ar/areas/internacionales/](http://www.buenosaires.gov.ar/areas/internacionales/)

Red turismo sustentable Boca y Barracas: [www.redbocabarracas.org.ar](http://www.redbocabarracas.org.ar)

Red de contenidos digitales del Patrimonio Cultural. G.C.B.A.:  
[www.acceder.gov.ar](http://www.acceder.gov.ar)

Red de MercoCiudades. Museos de Buenos Aires. Dirección General de Museos. G.C.B.A.: [www.museos.buenosaires.gov.ar/red\\_mercoCiudades.html](http://www.museos.buenosaires.gov.ar/red_mercoCiudades.html)

Sistema de Información Cultural de la Argentina. Secretaria de Cultura.

Presidencia de la Nación: [www.sinca.cultura.gov.ar](http://www.sinca.cultura.gov.ar)

Sitios de interés cultural. Ministerio de Cultura. G.C.B.A.:  
[http://www.buenosaires.gov.ar/areas/cultura/cpphc/sitios/?menu\\_id=14928](http://www.buenosaires.gov.ar/areas/cultura/cpphc/sitios/?menu_id=14928)

## **ANEXO**





Buenos Aires, 7 de junio de 2001.

La Legislatura de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires sanciona con fuerza de Ley.

Ley de Turismo de Ciudad Autónoma de Buenos Aires

Ley N° 600

Capítulo I

Principios y Objetivos Básicos

Disposiciones Generales

Artículo 1º- Objeto

Declárese al Turismo una actividad socioeconómica de interés público y cultural para la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, constituyendo la presente ley el marco legal para el desarrollo y la promoción.

Artículo 2º -Definición

A los efectos de la presente ley, entiéndase por turismo al conjunto de actividades originadas por el desplazamiento temporal y voluntario de personas, fuera de su lugar de residencia habitual, sin incorporarse al mercado de trabajo de los lugares visitados, invirtiendo en sus gastos recursos no provenientes del centro receptivo.

Artículo 3º -Principios

Son principios de la presente ley:

- a) el fomento, desarrollo y promoción del turismo receptivo, nacional e internacional;
- b) la coordinación e impulso del crecimiento turístico planificado, en función de la mejora de la calidad de vida de los residentes y de la conservación y preservación del patrimonio natural, histórico y cultural;
- c) el fomento y apoyo de la iniciativa pública, privada y académica en materia de capacitación, creación y conservación de empleos generados por la actividad turística.
- d) el estímulo y el desarrollo de la actividad turística como medio para contribuir al crecimiento económico y social de la Ciudad, generando condiciones favorables para la iniciativa y desarrollo de la inversión privada;
- e) la revalorización de los recursos turísticos existentes, la recuperación de los que se hallen depreciados y la búsqueda de otros nuevos que contribuyan al enriquecimiento del patrimonio y a la diversificación de la oferta turística;
- f) el posicionamiento de la Ciudad como producto turístico competitivo en el ámbito del Mercosur y el Mundo;
- g) el fomento de la conciencia a favor del turismo mediante la difusión del conocimiento de los recursos disponibles y la realización de campañas educativas;

## Capítulo II

### Organización del Sistema Turístico

#### Sección I

#### Ámbito y Autoridad de Aplicación

##### Artículo 4º - Sistema Turístico-Concepto

A los fines de la presente Ley, entiéndase por Sistema Turístico al conjunto de sujetos que de por sí y en su mutua relación, generan actividades económicas y acciones institucionales, en función del turista.

##### Artículo 5º - Sistema Turístico-Composición.

A los efectos de la presente ley, integran el Sistema Turístico:

- a) las instituciones públicas, privadas y mixtas vinculadas al sector;
- b) las instituciones académicas;
- c) los prestadores de servicios turísticos;
- d) los turistas y excursionistas;
- e) los recursos turísticos;
- f) la población residente.

##### Artículo 6º - Organismo de Aplicación

La Subsecretaría de Turismo del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires o la dependencia gubernamental que la reemplace es el Organismo de Aplicación de la presente ley, sus disposiciones reglamentarias y complementarias.

##### Artículo 7º - Funciones

Son funciones del Organismo de Aplicación:

- a) entender en la formulación y ejecución de las políticas turísticas de la Ciudad de Buenos Aires, con la participación de estructuras intermedias y de la actividad privada;
- b) declarar lugares turísticos de desarrollo prioritario a aquellos que por sus características naturales, histórico-patrimoniales o culturales constituyan un atractivo;
- c) categorizar, fiscalizar y participar en la habilitación de los servicios turísticos, conforme la normativa vigente en cada caso, actuando en coordinación con los organismos competentes;
- d) confeccionar anualmente con la participación del sector privado el calendario turístico de la Ciudad, en el cual deben figurar todos los eventos y actividades que juzgare de interés;

e) verificar el cumplimiento por parte de los prestadores turísticos de las obligaciones a su cargo establecidas en esta ley, en normativas nacionales y las que resulten de convenios internacionales, bilaterales o multilaterales, suscriptos por el Gobierno Nacional o por el Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires;

f) promover las acciones respectivas conforme al régimen vigente en caso de verificarse la comisión de una falta;

g) crear, organizar, regular y administrar el funcionamiento del Registro de Prestadores Turísticos, en forma directa o a través de los organismos gubernamentales que se creen al efecto;

h) informar y asistir al turista, proporcionándole información oficial de los servicios turísticos y públicos a su disposición y otros datos generales de su interés;

i) realizar los estudios estadísticos que apunten a definir las estrategias para satisfacer las expectativas del mercado, por sí o en coordinación con otros sistemas de la actividad pública o privada;

j) elaborar y poner en marcha programas, planes y campañas de desarrollo de promoción turística del distrito en el orden nacional e internacional, con la participación del sector privado;

k) crear, modificar y programar los circuitos turísticos dentro de la Ciudad que hagan a su desarrollo;

l) dar a publicidad las sanciones impuestas a los infractores de la presente ley;

m) administrar los fondos depositados en la Cuenta Recaudadora a la que se hace referencia en el artículo 19 de la presente ley, destinándolos a la promoción turística de la ciudad;

n) promover en coordinación con entidades públicas, privadas y asociaciones sociales la prestación de servicios turísticos accesibles a la población a fin de contribuir al pleno ejercicio del turismo social.

#### Artículo 8º - Atribuciones

Son atribuciones del Organismo de Aplicación:

a) emprender acciones conjuntas con organismos públicos, del sector privado y/u organizaciones no gubernamentales a fin de impulsar la dotación de infraestructura necesaria para el desarrollo de los circuitos que se predeterminen como así también recibir financiamiento a través del aporte público o privado;

b) fomentar y apoyar la iniciativa que contribuya a la promoción del turismo y a la excelencia de los servicios;

c) proponer ante los organismos correspondientes sistemas de créditos o financiamiento para el fomento y desarrollo de la infraestructura, equipamiento, microemprendimientos y Pequeñas y Medianas Empresas del sector, en concurso con otros organismos gubernamentales involucrados;

d) crear y fomentar planes de desarrollo que involucren al conjunto de la comunidad tendientes a satisfacer las necesidades de recreación de las personas con relación al tiempo libre;

e) crear un Sistema de información turística apoyado en las nuevas tecnologías de almacenamiento y distribución de datos;

f) fomentar y estimular el desarrollo de pequeñas industrias artesanales que produzcan bienes de uso y consumo turístico;

g) elaborar una guía turística de la Ciudad de Buenos Aires y mantenerla actualizada;

h) proponer la suscripción de convenios y acuerdos con organismos, entes públicos y privados de distintas jurisdicciones municipales, provinciales, nacionales e internacionales;

i) priorizar la capacitación integral de recursos humanos articulando al sector público, al privado y al académico;

j) participar en el diseño de políticas de seguridad en protección al turista;

k) fomentar la participación de todos los habitantes de las Comunas en las actividades relacionadas con el turismo;

l) crear las herramientas necesarias para posicionar a Buenos Aires como sede de congresos, ferias, exposiciones y convenciones;

m) incorporar al producto turístico las actividades deportivas, culturales, productivas y otras que se realicen en la Ciudad;

n) participar coordinadamente con la Secretaría de Turismo de la Nación, las demás provincias y municipios y el sector privado, en la promoción de grupos vacacionales emisivos y receptivos, a través de instituciones, empresas, sindicatos y otras organizaciones sociales;

ñ) elaborar plurianualmente los planes de manejo del turismo de la Ciudad.

## Sección II

### Consejo Consultivo de Turismo

#### Artículo 9º-Creación

Créase en el ámbito del Organismo de Aplicación el Consejo Consultivo de Turismo con funciones de asesoramiento y estudio.

## Artículo 10-Funciones del Consejo Consultivo de Turismo

Son funciones del Consejo Consultivo de Turismo examinar y pronunciarse sobre cuestiones referentes a la organización, coordinación, promoción y legislación de las actividades turísticas, tanto oficiales como privadas.

## Artículo 11-Constitución y Carácter del Consejo Consultivo de Turismo

El Consejo Consultivo de Turismo está constituido por representantes de entidades que reúnen a los distintos sectores de la actividad turística públicas y privadas, los gremios del sector y asociaciones sin fines de lucro que el Organismo de Aplicación estime convocar. Sus integrantes desempeñan sus funciones con carácter "ad honorem".

### Capítulo III

#### Prestadores de Servicios Turísticos

##### Sección I

#### Artículo 12-Definición

Es considerado Prestador de Servicios Turísticos la persona física o jurídica que proporcione, intermedie o contrate con el turista, toda prestación de los servicios a que se refiere esta ley.

A tal efecto son considerados prestadores de servicios turísticos los que a continuación se detallan:

- a) Transporte Turístico Terrestre (Ordenanza N° 43.453 y Decreto N° 4707/90)
- b) Alojamientos Turísticos (Ordenanza N° 36.136 y disposiciones reglamentarias)
- c) Empresas de Viajes y Turismo (Ley N° 18.829 y disposiciones reglamentarias)
- d) Agencias de Turismo (Ley N° 18.829 y disposiciones reglamentarias).
- e) Agencias de Pasajes (Ley N° 18.829 y disposiciones reglamentarias).
- f) Empresas de alquiler de vehículos sin chofer.
- g) Organizadores de congresos, ferias y exposiciones y operadores de predios feriales y centros de convenciones, conforme a la reglamentación de la presente ley
- h) Establecimientos gastronómicos que reúnan las características establecidas por el Organismo de Aplicación en la reglamentación de la presente.

#### Artículo 13-Obligaciones de los Prestadores de Servicios Turísticos

Son obligaciones de los Prestadores de Servicios Turísticos:

- a) cumplir con las disposiciones de esta ley, sus reglamentaciones y normas complementarias, realizando su labor en el marco ético profesional que garantice el armónico e integral desarrollo del turismo en el ámbito de la Ciudad;
- b) brindar los servicios a los turistas en términos convenidos y en un todo de acuerdo a la información suministrada por el prestador al Organismo de Aplicación

conforme a lo dispuesto en la presente ley, sus reglamentaciones, normas afines y complementarias y en la Ley de Defensa de los Consumidores y Usuarios;

c) suministrar al Organismo de Aplicación los datos y la información que aquel le solicite referidos a su actividad a los fines estadísticos;

d) realizar su publicidad y promoción sin alterar o falsear la identidad turística de la Ciudad e informar con veracidad sobre los servicios que ofrece;

e) cumplir con lo ofertado, publicado y/o con los requisitos mínimos establecidos para cada categoría;

f) brindar las facilidades necesarias a las personas con necesidades especiales y a las personas de la tercera edad en condiciones que se garantice su seguridad y comodidad.

## Sección II

### Registro de Prestadores Turísticos

#### Artículo 14-Creación

Créase el Registro de Prestadores Turísticos de la Ciudad de Buenos Aires dependiente del Organismo de Aplicación de la presente ley. La inscripción en el mismo será de carácter voluntario.

La reglamentación determinará la forma y condiciones de la inscripción y las distintas categorías de la actividad y proveerá a los prestadores inscriptos un certificado identificadorio.

#### Artículo 15-Verificación

Es atribución del Organismo de Aplicación efectuar inspecciones de verificación a los prestadores de servicios turísticos inscriptos a fin de constatar el debido cumplimiento de las obligaciones establecidas en la presente ley, en su reglamento y en las normas que en su consecuencia se dicten.

#### Artículo 16-Incumplimiento

En caso de incumplimiento de las obligaciones establecidas para los prestadores inscriptos en el registro, el Organismo de Aplicación debe imponer las sanciones de conformidad a lo establecido en la reglamentación pertinente.

#### Artículo 17-Derechos de los Prestadores Turísticos

Los prestadores turísticos inscriptos en el Registro de Prestadores Turísticos de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, tienen los siguientes derechos:

a) recibir asesoramiento técnico en estudios de mercado e información específica inherente a estudios de la oferta y demanda turística;

b) recibir asesoramiento por parte del Organismo de Aplicación en lo que atañe a la gestión de créditos, estímulos y facilidades, destinados a la ampliación, instalación y mejora de los servicios que presta;

- c) participar de los programas de capacitación turística que lleve a cabo o promueva el Organismo de Aplicación;
- d) participar en los Centros de Informes de que el Organismo de Aplicación disponga, con material promocional;
- e) formar parte de las campañas de promoción turística de la Ciudad donde participe el Organismo de Aplicación;
- f) participar en los programas informáticos del Organismo de Aplicación;
- g) obtener del Organismo de Aplicación cuando proceda, su intervención y respaldo en las gestiones que realice ante otros organismos públicos;
- h) participar en los programas de turismo social implementados por el Organismo de Aplicación;
- i) obtener reconocimiento de la categoría que corresponda a la clase de los servicios que prestan para lo cual el Organismo de Aplicación provee una identificación fácilmente reconocible;
- j) los que surjan de esta ley, sus reglamentaciones y normas complementarias y específicas de cada prestador.

#### Capítulo IV

#### Recursos

#### Artículo 18-Recursos

Son recursos del Organismo de Aplicación:

- a) los fondos que anualmente le asigne el Presupuesto General de Gastos y Recursos de la Administración del Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires;
- b) las subvenciones, aportes o donaciones que recibe la Ciudad Autónoma de Buenos Aires del Estado Nacional, de organismos internacionales gubernamentales y no gubernamentales, entidades públicas y privadas, empresas y de particulares, destinadas a fines turísticos.

#### Artículo 19-Cuenta Recaudadora

En la Cuenta Recaudadora del Gobierno de la Ciudad asignada al Organismo de Aplicación de la presente, con destino a la promoción turística de la Ciudad, deben contabilizarse los ingresos provenientes de:

- a) lo producido por la explotación directa de servicios brindados por el Poder Ejecutivo en aplicación de las prescripciones de la presente;
- b) lo producido por las ventas de aquellos instrumentos de promoción que el Poder Ejecutivo en aplicación de las prescripciones de la presente considere conveniente comercializar;
- c) el canon obtenido por las concesiones que el Poder Ejecutivo otorgue en aplicación de las prescripciones de la presente;



d) todo otro recurso obtenido a los fines de la presente ley.

#### Artículo 20–Deber de Informar

El Poder Ejecutivo debe informar trimestralmente a la Legislatura de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires los montos recaudados por los conceptos ingresados en la Cuenta Recaudadora del Organismo de Aplicación.

#### Capítulo V

#### Asistencia al Turista

#### Artículo 21-Derechos

A los efectos de esta ley y sin perjuicio de los derechos que les asisten como consumidores, el usuario de servicios turísticos tiene derecho a:

a) recibir información útil, precisa y veraz con carácter previo, sobre todas y cada una de las condiciones de la prestación de los servicios;

b) recibir el bien o servicio contratado de acuerdo con las características anunciadas por el prestador;

c) obtener de la otra parte contratante los documentos que acrediten los términos de su contratación;

d) formular quejas y reclamos y, a tal efecto, recibir la constancia respectiva;

e) recibir del Organismo de Aplicación información objetiva sobre los distintos aspectos de los recursos y de la oferta turística de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires;

f) consultar el Registro de Prestadores Turísticos y a ser informados por el Organismo de Aplicación en cuanto a la idoneidad y calidad en la prestación de los servicios y toda otra información de interés para los consumidores de empresas inscriptas;

#### Artículo 22-Intervención del Organismo de Aplicación.

Cuando un turista fuere perjudicado en su persona o en sus bienes por un de servicios turísticos, el Organismo de Aplicación debe brindar el asesoramiento respectivo y realizar las gestiones, conforme a su competencia, y ante los organismos pertinentes, a los efectos de encauzar las acciones legales que correspondan.

## **LEY N° 2.627. Creación del Ente de Turismo**

Buenos Aires, 13 de diciembre de 2007.

La Legislatura de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires sanciona con fuerza de ley.

LEY N° 2.627. Creación del Ente de Turismo

### **Capítulo I- Creación del Ente de Turismo**

Artículo 1°. Del Ente de Turismo: créase el Ente de Turismo de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, entidad autárquica en el ámbito del Ministerio de Cultura de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires o del organismo que en el futuro lo reemplace, con la organización y competencias determinadas en la presente ley, sin perjuicio de las funciones de superintendencia general y el control de legalidad que ejercerá el Ministerio precitado, con el objeto de diseñar y ejecutar políticas y programas de promoción, desarrollo y fomento del turismo como actividad económica estratégica de la Ciudad.

Artículo 2°. Transfiéranse las responsabilidades primarias, objetivos y acciones, patrimonio, presupuesto y recursos humanos con sus respectivos niveles y grados escalafonarios vigentes a la fecha de sanción de la presente ley, al ámbito del Ente de Turismo de la Ciudad de Buenos Aires de las Áreas y dependencias que se enumeran a continuación: Subsecretaría de Turismo, Dirección General de Desarrollo y Promoción Turística y Dirección General de Promoción y Congresos, todas del ámbito del Ministerio de Producción.

### **Capítulo II-Funciones y facultades del Ente de Turismo**

Artículo 3°. De las funciones y facultades del Ente: el Ente tiene las siguientes funciones y facultades:

- Hacer cumplir las disposiciones de esta ley, su reglamentación y disposiciones complementarias, verificando y registrando las condiciones de prestación de los servicios turísticos conforme las exigencias de la Ley N° 600, complementarias y concordantes, así como el cumplimiento de las obligaciones aquí fijadas.
- Diseñar e implementar un plan de mercadeo y promoción turística de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, para fomentar el turismo interno e internacional.
- Realizar el cronograma y programación anual de las actividades de promoción turística de la Ciudad.
- Gestionar y administrar la Marca Turística de la Ciudad, mediante el desarrollo de planes y programas para la instalación y difusión de la misma.

- Elaborar planes de acción para el desarrollo, actualización, puesta en valor y modernización de la oferta turística de la Ciudad.
- Desarrollar e implementar programas asociados a la mejora de la calidad de la oferta turística de la Ciudad, tanto en lo referente a los servicios como a los bienes públicos y privados.
- Promover el turismo cultural y social en sus diversos aspectos.
- Entender, planificar y coordinar la promoción y difusión de la Ciudad para producciones audiovisuales en orden al fortalecimiento de la imagen de la Ciudad.
- Diseñar e implementar un Programa Anual de Capacitación Turística.
- Diseñar estrategias para que la distribución de los visitantes alcance a zonas cada vez más amplias de la Ciudad en un efectivo proceso de descentralización territorial, garantizando los criterios de sostenibilidad económica, social, cultural y ambiental.
- Dictar los reglamentos necesarios en las materias de su competencia, a los cuales deberán ajustarse los prestadores de servicios turísticos o proponer a través del Ministerio proyectos de ley cuando eso así corresponda.
- Prevenir conductas anticompetitivas o discriminatorias entre los actores e integrantes de la cadena de valor que componen la actividad turística y hacer cumplir las disposiciones previstas en la Ley N° 2.443 de la C.A.B.A.
- Asegurar la publicidad de las decisiones que adopte, incluyendo los antecedentes en base a los cuales fueron adoptadas las mismas.
- Representar a la Ciudad de Buenos Aires, como administración local de turismo, en todos aquellos organismos nacionales, internacionales, gubernamentales y no gubernamentales, entidades públicas y privadas, empresas y particulares.
- Proponer la suscripción de convenios con organismos nacionales, internacionales, gubernamentales y no gubernamentales, entidades públicas y privadas, empresas y particulares.
- Solicitar a la Procuración General de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires la promoción ante los Tribunales competentes, acciones civiles o penales, incluyendo medidas cautelares, para asegurar el cumplimiento de sus funciones y de los fines de esta ley.
- Garantizar el desarrollo turístico sostenible en armonía con los recursos naturales y culturales a fin de garantizar sus beneficios a las futuras generaciones.

- Propender a la eliminación de las barreras que impidan el uso y disfrute de la actividad turística por todos los sectores de la sociedad, incentivando la equiparación de oportunidades.
- Diseñar y promover un Sistema especial de crédito al fin de contribuir al desarrollo del turismo y fundamentalmente del sector de las pequeñas y medianas empresas dedicadas a la actividad turística.
- Realizar trabajos y estudios relativos al cumplimiento de sus objetivos.
- Efectuar todo acto que sea necesario para el mejor cumplimiento de sus funciones y de los fines de esta ley, su reglamentación y disposiciones complementarias.

### Capítulo III-Integración y funciones del Directorio del Ente de Turismo

Artículo 4°. De la Dirección del Ente: el Ente es dirigido por un Directorio, integrado por doce (12) miembros, de los cuales uno es el Presidente del Ente, otro el Director Ejecutivo y los restantes son los Directores Vocales; cuatro (4) de ellos pertenecen al sector estatal y seis (6) son representantes del Sector Privado Turístico de la Ciudad.

Artículo 5°. Del funcionamiento del Directorio: el Directorio forma quórum con la presencia de la mitad más uno de sus miembros, debiendo encontrarse presentes al menos dos (2) representantes del sector estatal, y sus resoluciones se adoptan por mayoría simple de los presentes. El presidente, o quien lo reemplace, tendrá doble voto en caso de empate.

Artículo 6°. De las funciones del Directorio: son funciones del Directorio:

- Aplicar y fiscalizar el cumplimiento de las normas legales y reglamentarias que rigen la actividad del Ente.
- Dictar el reglamento interno del Cuerpo.
- Asesorar al Ministro de Cultura en todas las materias de competencia del Ente.
- Formular el presupuesto anual de gastos y cálculo de recursos, que eleva por intermedio del Poder Ejecutivo para su aprobación legislativa.
- Confeccionar anualmente su memoria y balance de gestión.
- Determinar las condiciones y requisitos del Programa de Participación Pública y Privada.
- Realizar todos los demás actos que sean necesarios para el cumplimiento de las funciones del Ente y lo previsto en esta ley.

Artículo 7°. De los Directores Vocales: los Directores Vocales son seleccionados entre personas con antecedentes técnicos y profesionales en turismo, cultura, medio ambiente, deporte y disciplinas conexas y designados por el Jefe de Gobierno. Los Directores Vocales representantes del sector privado turístico de la Ciudad representan los distintos tramos de la cadena de valor del turismo en la Ciudad como hotelería, gastronomía, agencias de viajes, organizadores y predios de ferias y congresos, comercios, transporte, servicios conexas y a los miembros del Programa de Participación Pública y Privada, entendiéndose como tales a aquéllos que resulten conforme se indica en la presente ley.

Artículo 8°. De los mandatos de los Directores Vocales: Los mandatos de los Directores Vocales duran cuatro (4) años. Realizan sus funciones ad honorem.

Artículo 9°. Del cese de los mandatos de los Directores Vocales: los Directores Vocales se renuevan en forma parcial cada dos (2) años, no pudiendo ser reelectos por dos (2) períodos consecutivos, siendo causales de interrupción de sus mandatos los siguientes motivos:

- Renuncia.
- Incapacidad sobreviniente declarada en sede judicial.
- Condena por sentencia firme por delito doloso contra la Administración Pública.
- Remoción debidamente fundada.

Artículo 10. Del Presidente del Ente: el Presidente del Ente es el Ministro de Cultura de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, ejerciendo esta función en forma ad honorem.

Artículo 11. De las facultades del Presidente del Ente: son facultades del Presidente del Ente, las que se describen a continuación:

- Determinar la cantidad de Directores Generales del Ente, así como sus responsabilidades primarias, hasta un máximo de cinco (5).
- Elevar al Poder Ejecutivo las propuestas de designaciones de los Directores Vocales integrantes del Directorio.
- Presidir las reuniones del Consejo Asesor de Turismo.
- Contratar personal, por plazos preestablecidos y por tiempo limitado, para la realización de tareas estacionales, extraordinarias y/o especiales que no puedan realizarse de manera eficiente con los recursos humanos disponibles, estableciendo las condiciones y requisitos de prestación de servicios y remuneración, todo ello conforme las disposiciones del régimen de empleo público.

- Proponer la celebración de convenios con organismos internacionales o extranjeros, nacionales, regionales, provinciales, municipales, autárquicos u otras entidades públicas o privadas en materia de su competencia.
- Autorizar los viajes al resto del país, o al exterior del personal del Ente, se trate de autoridades superiores, administrativas, personal de planta de gabinete, personal de la planta permanente, personal transitorio o contratados.
- Autorizar la prestación de servicios a terceros con carácter oneroso, siempre que no se afecte el adecuado desenvolvimiento del servicio.
- Aceptar donaciones sin cargo, todo ello de conformidad con las normas vigentes.
- Comercializar servicios, instrumentos de promoción, entradas, bienes vinculados a la promoción del turismo cultural y otros elementos publicitarios que el Ente, en aplicación de sus facultades, considere conveniente, dentro de los objetivos de su creación.
- Entender en todas las demás cuestiones atinentes al cumplimiento de la presente ley.

Artículo 12. Del Director Ejecutivo: el cargo de Director Ejecutivo será designado por el señor Jefe de Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. El Director Ejecutivo posee rango de Subsecretario.

Artículo 13. De las facultades del Director Ejecutivo del Ente: son facultades del Director Ejecutivo del Ente las que se detallan a continuación:

- Actuar como autoridad de aplicación de la Ley N° 600, de la presente ley y de las normas que en consecuencia se dicten.
- Establecer y aprobar la estructura orgánico-funcional del Ente en los niveles inferiores a Dirección General, y asignar responsabilidades.
- Establecer la dotación de personal y trasladar al personal de planta permanente dentro del ámbito del Ente así como también promover, sancionar y disponer bajas con sujeción a la normativa vigente.
- Presidir, preparar y convocar las reuniones del Directorio del Ente.
- Requerir la intervención del Consejo Asesor de Turismo.
- Realizar las acciones administrativas que permitan el funcionamiento adecuado del Programa de Participación Pública y Privada.
- Asistir al Presidente del Ente en el cumplimiento de las competencias asignadas.
- Entender en toda otra cuestión que el Presidente del Ente le delegue.
- Reemplazar en caso de impedimento o ausencia transitoria al Presidente del Ente.

- Entender en todas las demás cuestiones administrativas atinentes al cumplimiento de la presente ley.

#### Capítulo IV - Administración y recursos del Ente de Turismo

Artículo 14. De la administración del Ente: el Ente se rige en su gestión financiera, patrimonial y contable por las disposiciones de esta ley y los reglamentos que a tal fin se dicten. Queda sujeto al control interno y externo que establece el régimen de contralor público de la Ciudad, siendo de aplicación respecto de sus competencias las Leyes N° 70 de "Sistemas de Gestión, Administración Financiera y Control del Sector Público de la Ciudad de Buenos Aires", N° 471 y N° 2.095 ó las que eventualmente las reemplacen parcial o totalmente.

Artículo 15. Del personal del Ente: el personal del Ente está integrado por el personal de planta permanente que se desempeña en las unidades de organización previstas en el artículo 2° de la presente ley y por el personal que reviste presupuestariamente con carácter transitorio en las referidas reparticiones conforme la normativa vigente.

Los recursos humanos del Ente serán administrados y regidos por la Ley N° 471, encontrándose facultado el Director Ejecutivo para dictar un régimen propio de escalafón, promoción, capacitación y carrera administrativa, respetándose:

- El reconocimiento de la antigüedad de cada agente en el sector público.
- El mantenimiento de la remuneración, al momento de la creación del Ente.
- La estabilidad de todo el personal de planta permanente.
- El personal que proviene de los organismos transferidos y/o suprimidos, seguirá bajo el régimen de empleo que los regía.

El Ente podrá abrir un período para la incorporación voluntaria de agentes provenientes de otras Áreas del Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

Artículo 16. Del presupuesto del Ente: el Ente de Turismo de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires confecciona anualmente su anteproyecto de presupuesto, estimando los gastos y recursos correspondientes al próximo ejercicio y lo eleva al Poder Ejecutivo para su incorporación al Proyecto de Ley de Presupuesto y posterior elevación para su aprobación por la Legislatura.

Artículo 17. De los recursos del Ente: los recursos del Ente se forman con los siguientes ingresos:

- Los fondos que anualmente asigna el Presupuesto General de Gastos y Recursos de la Administración del Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

- Las subvenciones, aportes o donaciones que recibe la Ciudad destinadas a fines turísticos.
- Lo producido por la explotación directa de servicios brindados por el organismo.
- Lo producido por las ventas de aquellos instrumentos de promoción, entradas, y bienes vinculados a la promoción del turismo cultural y otros elementos publicitarios que el Ente, en aplicación de sus facultades, considere conveniente comercializar, dentro de los objetivos establecidos en la presente ley.
- El canon obtenido por las concesiones que expresamente hayan sido delegadas por el Jefe de Gobierno.
- Lo producido por los aportes económicos de los miembros del Programa de Participación Pública y Privada.
- Los intereses, recargos, y toda otra sanción pecuniaria derivada del incumplimiento de lo dispuesto en la presente y su reglamentación.
- Los subsidios, herencias, legados, donaciones o transferencias bajo cualquier título que reciba.
- Lo producido por cualquier otro concepto que se obtenga a los fines de la presente.
- Todas las operaciones de tipo financieras y de gestión de fondos, que lleve adelante el Ente conforme las pautas aquí establecidas, deberán ser efectuadas a través de los instrumentos y/o mecanismos financieros que el Banco Ciudad de Buenos Aires u otros que el mismo prevea como más convenientes.

#### Capítulo V Creación del Programa de Participación Pública y Privada

Artículo 18. Del Programa de Participación Pública y Privada: créase en el Ente de Turismo de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires el Programa de Participación Pública y Privada el cual se integra por las personas físicas o jurídicas que forman parte de las actividades comprendidas en el anexo II denominado "Cadena de Valor Turística", que participen voluntariamente a través de aportes económicos. El Directorio del Ente establece los beneficios y requisitos necesarios para la participación de los miembros en el programa.



## Capítulo VI. Creación del Consejo Asesor de Turismo

Artículo 19. Del Consejo Asesor de Turismo: créase en el ámbito del Ente de Turismo de la Ciudad el Consejo Asesor de Turismo con la finalidad de garantizar la más amplia participación de los integrantes del Sistema Turístico. El mismo es conformado por las organizaciones e instituciones que tengan amplia vinculación con el sector. Éste es un órgano de asesoramiento y consulta del Ente y su Directorio. Las conclusiones que se desarrollan en ese ámbito, son de carácter consultivo y llevan el nombre de opiniones consultivas. Las mismas son elevadas al Directorio para su consideración.

Se invitará a integrar el Consejo Asesor a las entidades que se detallan en el Anexo I, quedando facultado el Directorio del Ente para ampliar dicha nómina, cuando se produzcan situaciones que así lo indiquen conveniente y referido a personas o entidades, cuyos méritos, representación, capacidades, experiencias o innovaciones, signifiquen beneficio para el desarrollo turístico de la Ciudad.

El Ente a través de su Directorio dispone las condiciones de funcionamiento del Consejo Asesor de Turismo.

### Disposiciones Transitorias:

Primera: el Director Ejecutivo designará, por única vez y en ocasión de la creación del Ente, a los Directores Generales. Transcurridos dos (2) años desde la creación del Ente, dichos cargos deberán ser ocupados por quienes surjan de concurso público convocado con la antelación suficiente, conforme se establezca en la reglamentación de esta ley.

Segunda: hasta tanto se designen la totalidad de los Directores Vocales, el quórum referido en el artículo 6° de la presente ley, es considerado teniendo en cuenta el total de los Directores Vocales designados.

Tercera: incorpórase al artículo 21 de la Ley de Ministerios el inc. 7° "diseñar e instrumentar políticas y programas de promoción y fomento del turismo, como actividad económica estratégica en la Ciudad".

Cuarta: facúltase al Poder Ejecutivo, durante el ejercicio fiscal en que se cree el presente Ente, a realizar la reasignación de partidas presupuestarias a fin de dotar al Ente de los recursos establecidos en el inciso a) del artículo 7° de la presente ley.

La reasignación de partidas autorizadas en el párrafo anterior no se computan dentro del límite otorgado en la Ley de Presupuesto de la Administración del Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires del presente ejercicio fiscal.

Para su funcionamiento, el Ente procederá a realizar las readecuaciones de partidas presupuestarias, sin que éstas se computen en el límite establecido en el artículo 22 de la Ley N° 2.571.